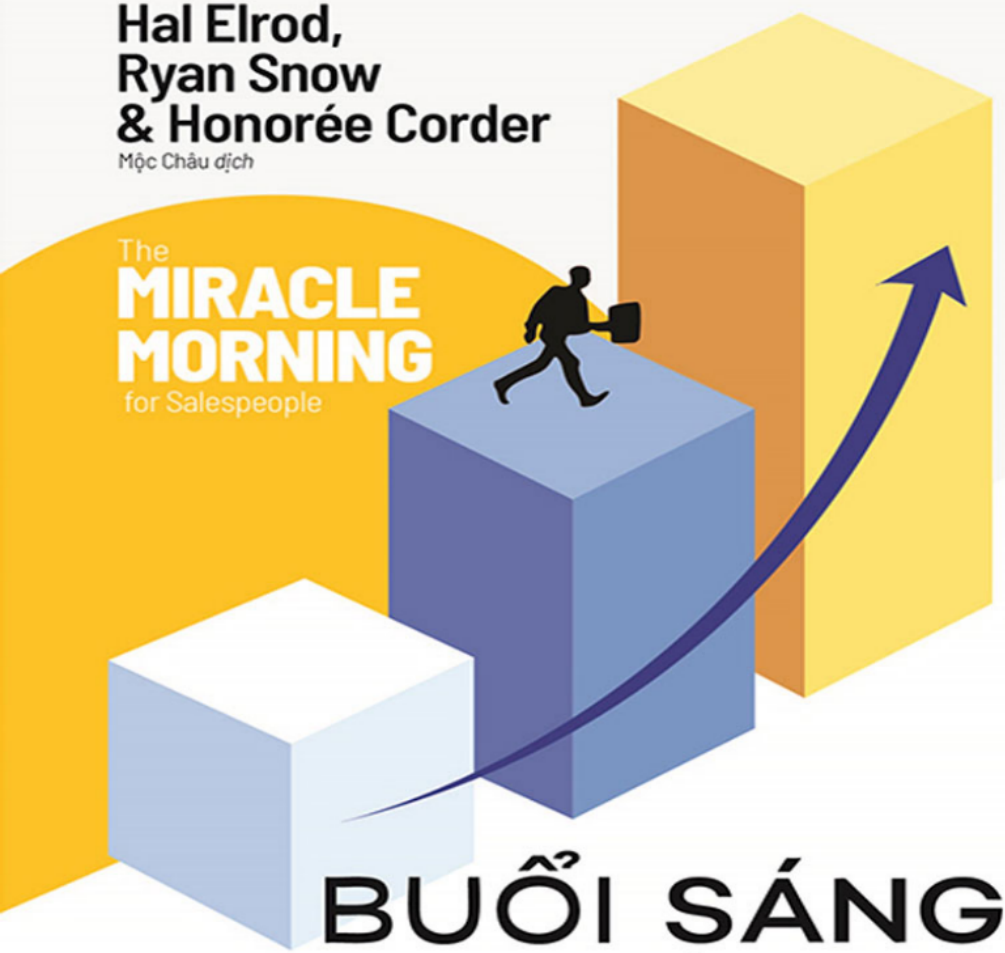
Hal Elrod,
Ryan Snow
& Honorée Corder
Mộc Châu *dịch*

The
MIRACLE
MORNING
for Salespeople



BUỔI SÁNG DIỆU KỲ

dành cho **người bán hàng**

6 bước để đưa **BẠN** cùng **DOANH SỐ** của bạn
lên một tầm cao mới

alphabooks
NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Đời ngắn lắm, đừng ngủ dài!

Mỗi chúng ta luôn khát khao được đổi đời và không ngừng mơ mộng về đỉnh cao tiền tài, danh vọng. Nhưng có mấy người trân trọng từng phút giây và đủ dũng khí biến điều đó thành sự thật? Thay vì sinh hoạt điều độ, lên kế hoạch trước cho ngày hôm sau và dậy sớm tập thể dục, 95% dân số thế giới lại chọn làm những con "cú đêm" và "sâu ngủ". Họ cuống cuồng thức giấc với thân tâm mệt mỏi rã rời. Người muộn học, kẻ muộn làm... Ngày qua ngày, tháng qua tháng, họ quay cuồng với cuộc sống hệt như chú chuột hamster "bận rộn" với chiếc vòng quay của mình.

Khi cả thế giới đang say ngủ, những người thành đạt ngoài kia đã sẵn sàng đón chào ngày mới. Tim Cook, "ông trùm công nghệ" của Apple thức dậy từ 4 giờ sáng để kiểm tra e-mail. Richard Branson, CEO đình đám của Tập đoàn Virgin không kéo rèm cửa trước khi đi ngủ để được ánh nắng mặt trời đánh thức lúc 6 giờ sáng. Thật vậy, cách chúng ta khởi động buổi sáng sẽ quyết định nhịp điệu và năng suất làm việc của cả ngày. Một ngày mới bắt đầu với năng lượng tràn trề và sự tập trung cao độ chắc chắn sẽ diễn ra vô cùng suôn sẻ, giúp chúng ta chinh phục mọi mục tiêu đặt ra và tiến gần hơn đến cuộc sống mong ước.

Hiểu rõ điều này hơn ai hết, Hal Elrod và nhóm đồng tác giả đã cùng nhau viết bộ sách *The Miracle Morning (Buổi sáng diệu kỳ)* gồm tám cuốn, nhằm chia sẻ những thói quen tích cực buổi sáng và nghi thức Life S.A.V.E.R.S. được "đo ni đóng giày" cho từng nhóm đối tượng: doanh nhân, nhà tiếp thị mạng lưới, sinh viên, chuyên viên bất động sản, nhà văn, người bán hàng, các bậc cha mẹ và gia đình. Tất cả những thông tin trong bộ sách được đúc rút từ chính trải nghiệm của Hal Elrod, người đã mạnh mẽ vượt qua vụ tai nạn thảm khốc ở tuổi 20 và căn bệnh ung thư quái ác để trở thành doanh nhân và tác giả nổi tiếng. Bộ sách thành công vang dội khi được dịch ra 27 ngôn ngữ với 200.000 người đến từ 70 quốc gia luyện tập và áp dụng những phương pháp mà ông cùng

các cộng sự giới thiệu.

Trên tay bạn là một trong năm cuốn thuộc bộ sách *Buổi sáng diệu kỳ* được Alpha Books mua bản quyền và phát hành nhằm lan tỏa tinh thần hứng khởi chào đón ngày mới tại Việt Nam:

- *Buổi sáng diệu kỳ dành cho sinh viên*
- *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng*
- *Buổi sáng diệu kỳ dành cho doanh nhân*
- *Buổi sáng diệu kỳ dành cho nhà tiếp thị mạng lưới*
- Và cuốn *Buổi sáng diệu kỳ* xuất bản năm 2017 được đông đảo bạn đọc đón nhận.

Đây chắc chắn sẽ là liều thuốc tinh thần cho bất kỳ ai chưa thành công trong việc chỉnh đốn kỷ luật bản thân và lãng phí khung thời gian "vàng" trong ngày. *Buổi sáng diệu kỳ* là cách nhanh nhất để bạn khai phá tiềm năng của chính mình và tận hưởng cuộc sống phong phú, trọn vẹn.

Trân trọng giới thiệu!

Công ty Cổ phần Sách Alpha

Các chuyên gia bán hàng khác nói gì...

"Hal Elrod là một nguồn cảm hứng. Anh ấy đã biến chính câu chuyện tuyệt vời của mình thành những bài học mà bạn có thể sử dụng để tạo nên những điều diệu kỳ cho riêng bạn."

Jeffrey Gitomer, tác giả sách bán chạy nhất của *New York Times, Sales Bible (Kinh thánh về nghệ thuật bán hàng)*[1]

"Nếu bạn đang tìm kiếm phương thức mới để nâng cao doanh số và hiệu quả làm việc, thì đây chính là thời điểm bạn cần nhìn lại bản thân cũng như thay đổi cách bạn thức dậy cùng những thói quen buổi sáng của mình. Nghe có vẻ đơn giản, nhưng cuốn sách này có sức mạnh thay đổi hoàn toàn doanh số và cuộc đời bạn."

Andrea Waltz, đồng tác giả *Go for No!* (tạm dịch: *Gia tăng tỷ lệ thất bại để dẫn tới thành công sau cùng*)

"Thật tuyệt khi được thấy những bí quyết mà Hal Elrod – từng đào tạo nghiệp vụ bán hàng tại 45 quốc gia và góp mặt trong danh sách 10 nhà kinh doanh hàng đầu thế giới năm 2008 – và Ryan Snow đã tiết lộ trong *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng*. Hãy bắt đầu ngày mới bằng cách đầu tư thời gian vào người quan trọng nhất và khi quen dần với việc này, bạn sẽ thấy doanh số của mình bất ngờ tăng vọt."

Bob Urichuck, tác giả *Velocity Selling* (tạm dịch: *Nghệ thuật bán hàng siêu tốc*)

"Hal Elrod và Ryan Snow đã 'ghi điểm' với *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng.* Nếu bạn muốn khởi đầu ngày mới theo cách tuyệt vời, hãy áp dụng những gì họ đã truyền đạt trong cuốn sách này!"

Eric Lofholm, tác giả *21 Ways to Close More Sales Now* (tạm dịch: *21 phương pháp tăng doanh số*)

"Hal Elrod và Ryan Snow đã tạo ra một phong trào nhằm thay đổi thói quen của những người bán hàng trên khắp nước Mỹ. Với những hoạt động như dậy sớm và cập nhật thông tin, tuy rất đơn giản nhưng không phải ai cũng biết, *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng* sẽ tác động đến doanh số của mọi ngành nghề theo cách mà chúng ta chưa hề thấy trong *Greatest Salesman in the World (Người bán hàng vĩ đại nhất thế giới)* của Og Mandino. Hãy mua cuốn sách này và tặng cho nhóm bán hàng cùng bạn bè của bạn, bởi chỉ riêng mình giàu có thì chưa thể được gọi là thành công!"

Tom Scha, tác giả *Big Swift Kick* (tạm dịch: *Cú đá thần tốc*)

"Tôi rất thích cuốn sách này và chân thành khuyên các bạn nên đọc nó… Hal Elrod cùng Ryan Snow đã viết một cuốn sách mà mọi nhân viên bán hàng đều cần đọc, mọi giám đốc kinh doanh đều cần tặng cho nhân viên của mình, nhằm trao cho họ cơ hội tốt nhất để thành công."

David Osborn, tác giả *Wealth Can't Wait* (tạm dịch: *Của cải không thể chờ đợi*) và là nhà sáng lập một trong những công ty môi giới bất động sản hàng đầu thế giới với doanh số hàng năm đạt 4,5 tỷ đô-la.

Thông điệp đặc biệt của Robert Kiyosaki tác giả RICH DAD POOR DAD (Cha giàu cha nghèo)

"Hal Elrod là một thiên tài và bộ sách *Buổi sáng diệu kỳ* của anh đã trở thành phép màu trong cuộc đời tôi.

Tôi đã tham gia *phong trào phát triển cá nhân/tiềm năng con người* từ năm 1973 cho tới khi thực hiện chương trình đào tạo EST đầu tiên và nhận ra một thế giới mới đầy tiềm năng. Kể từ đó, tôi đã nghiên cứu về các tôn giáo, lời cầu nguyện, thiền, yoga, thói quen tư duy tích cực, thói quen hình dung tích cực và NLP[2]. Tôi đã trải nghiệm và khám phá nhiều triết lý 'khác thường', trong đó có một vài triết lý 'quá xa rời thực tế' nên tôi sẽ không đề cập tới.

Những hoạt động được anh viết tắt bằng cụm từ S.A.V.E.R.S. là những phương pháp thực hành tốt nhất – đã được diễn tiến qua nhiều thế kỷ phát triển ý thức của con người – và những điều 'tốt nhất của tốt nhất' được súc tích thành một nghi lễ buổi sáng. Giờ đây, nghi lễ này đã trở thành một phần thói quen trong ngày của tôi.

Nhiều người thực hiện một trong các bước của S.A.V.E.R.S. hằng ngày. Ví dụ, những người thực hiện **E**, họ tập thể thao *(exercise)* mỗi sáng. Những người khác thực hiện **S** – yên lặng hay thiền *(silence)* hoặc ghi chép *(scribing).* Nhưng trước khi Hal tổng hợp tất cả các bước S.A.V.E.R.S. thì chưa ai từng thực hiện đầy đủ sáu bước thực hành đã có từ thời cổ đại này mỗi sáng.

Buổi sáng diệu kỳ là cuốn sách hoàn hảo dành cho những người bận rộn và thành đạt. Việc thực hiện S.A.V.E.R.S. mỗi sáng cũng giống như việc tiếp siêu nhiên liệu cho cơ thể, trí não và tinh thần *trước khi* bắt đầu ngày mới.

Cũng như người cha giàu có của tôi thường nói, 'Chúng ta có thể kiếm thêm một đồng đô-la, nhưng chúng ta không thể làm ra thêm một ngày'. Nếu muốn tối ưu hóa mỗi ngày của mình, hãy đọc *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng!*"

Lời mời đặc biệt của Hal

Người hâm mộ và độc giả của *Buổi sáng diệu kỳ* đã trở thành một cộng đồng tuyệt vời gồm những người chung chí hướng, họ dậy sớm mỗi ngày và tận tâm với việc hiện thực hóa những tiềm năng vô hạn của bản thân. Là người tạo lập *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi có trách nhiệm gây dựng một không gian mạng để độc giả và người hâm mộ có thể kết nối, nhận sự khích lệ, chia sẻ những cách thức tốt nhất, ủng hộ lẫn nhau, thảo luận về bộ sách, đăng tải các video, tìm kiếm một người bạn đồng hành giúp bạn giữ vững cam kết với những gì đang làm, thậm chí trao đổi công thức sinh tố hay thói quen tập luyện.

Quả thực, tôi chưa từng nghĩ tới việc **Cộng đồng Buổi sáng diệu kỳ** sẽ trở thành một trong những cộng đồng mạng truyền cảm hứng, có sự tương tác và hỗ trợ lẫn nhau tốt nhất thế giới, nhưng chúng ta đã làm được điều đó. Tôi quá đỗi bất ngờ trước khả năng của hơn 16.000 thành viên từ khắp nơi trên thế giới và số lượng thành viên đang ngày càng gia tăng.

Mời bạn truy cập **www.MyTMMCommunity.com** và đăng ký gia nhập Cộng đồng Buổi sáng diệu kỳ (trên Facebook). Tại đây, bạn có thể kết nối với những người có cùng chí hướng cũng đang thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* – có nhiều người đã thực hiện trong nhiều năm – để có thêm sự ủng hộ và động lực đi đến thành công.

Tôi sẽ điều phối Cộng đồng và tham gia thường xuyên. Tôi mong gặp bạn tại đó!

Nếu bạn muốn kết nối với tôi trên mạng xã hội, hãy theo dõi **@HalElrod** trên Twitter và **Facebook.com/YoPalHal** trên Facebook. Bạn có thể trực tiếp gửi lời nhắn, bình luận hoặc đặt câu hỏi cho tôi. Tôi sẽ cố gắng trả lời mọi câu hỏi của các bạn, vì vậy, hãy sớm kết nối nhé!

Lời đề tặng

HAL

Cuốn sách này dành tặng những nhà lãnh đạo tại Vector Marketing và Cutco Cutlery vì đã cho tôi cơ hội phát triển tư duy cùng kỹ năng bán hàng, qua đó giúp tôi đạt được tất cả những điều mà mình mong muốn. Xin hãy tiếp tục phát triển những người dẫn đầu và thay đổi cuộc sống của nhiều người.

Ngoài ra, cuốn sách này cũng dành tặng những người quan trọng nhất cuộc đời tôi – gia đình. Người vợ yêu thương và luôn ủng hộ tôi, Ursular cùng hai con của chúng tôi, Sophie và Halsten. Anh yêu ba mẹ con hơn những gì anh có thể diễn đạt bằng lời.

RYAN

Tôi rất biết ơn gia đình vì đã luôn ủng hộ tôi trong suốt quá trình tra cứu và viết cuốn sách này. Xin dành lời cảm ơn đặc biệt tới vợ tôi, Mary Lynn, người đã nuôi dạy ba đứa con xinh đẹp, thông minh và dễ thương của chúng tôi – Connor, Lily và Harrison – theo cách tuyệt vời nhất. Mỗi ngày sẽ không còn màu nhiệm nếu thiếu em và các con. Cảm ơn em cùng các con đã động viên anh viết cuốn sách này cũng như chia sẻ nó với toàn thế giới.

Lời tựa của Todd Duncan

Tôi luôn tin rằng giá trị thực sự của thành công là một điều gì đó vô hình đối với khách hàng hay khách hàng tiềm năng của bạn. Nó ẩn khuất trong con người bạn và luôn mong muốn trỗi dậy để được trở thành hiện thực.

Tôi biết chắc chắn rằng thành công luôn là một trò chơi của chính mỗi người. Chắc hẳn bạn đã nghe cụm từ "dành trọn trái tim". Nếu nghiêm túc thực hiện một điều gì đó, bạn sẽ đạt được kết quả vượt ngoài mong đợi. Chính trái tim, tâm trí tạo nên động lực đủ để bạn biến ước mơ thành sự thật. Chúng giúp bạn thêm tự tin và thúc đẩy đam mê, cũng như khơi mở những tiềm năng trong bạn.

Hal Elrod và Ryan Snow đã tạo nên một công thức tài tình cho sự thật này trong cuốn *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng*. Những gì họ viết ra từ những chữ đầu tiên cho đến chữ cuối cùng của cuốn sách, đều là những ứng dụng thực tế giúp bạn đạt được TẤT CẢ những thành công mà bạn từng mơ ước, và trong quá trình đó, bạn sẽ nhận ra điều mà mình mong mỏi nhất.

Năm ngoái, tôi may mắn mời được Hal Elrod tới chương trình Làm chủ kỹ năng bán hàng của chúng tôi, và khi anh ấy tương tác với khán giả cũng như chia sẻ những câu chuyện tương tự Ryan, tôi đã nhận thấy điều gì đó đặc biệt trong thông điệp của anh ấy. Mỗi ngày, bạn đều có cơ hội để quyết định ngày hôm nay của mình sẽ diễn ra như thế nào. Bạn có thể để nó chìm trong hỗn loạn, nhầm lẫn, thiếu minh bạch, lý do lý trấu, chuyện nọ xọ chuyện kia, hoặc bạn có thể biến nó trở thành một ngày diệu kỳ, đáng nhớ, chắc chắn, tự tin, đam mê và ý nghĩa. Đúng vậy, bạn có thể quyết định biến ngày của mình thành *Kiệt tác*. Đó là lựa chọn của bạn. Quyết định đó, hơn bất kỳ quyết định nào, sẽ dẫn đến các tình huống để bạn đạt được những điều lớn lao mà Thượng đế đã trao tặng cho bạn cơ hội được trải nghiệm. Và tôi tin rằng buổi sáng là thời điểm phép màu đó diễn ra.

Tính cách của bạn chính là bí quyết tạo nên một cuộc đời thành công, bao gồm sự nghiệp thăng tiến và có chủ đích trong ngành bán hàng. Quá trình đạt đến cuộc sống và sự nghiệp mà bạn mong muốn nằm trong các nguyên tắc của sự liêm chính, sự trung thực, lòng tự trọng, sự đóng góp, sự tin tưởng, sự lặp lại, sự kiên nhẫn, phẩm chất, sở trường, sự cố gắng và năng lực làm việc. *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng* đề cập tới từng đặc điểm này qua những câu chuyện hấp dẫn, những ý tưởng bất ngờ và dễ thực hiện, cùng các giải pháp đáng tin cậy giúp bạn mau chóng vượt qua và gây ảnh hưởng đến mọi khía cạnh trong cuộc sống của mình.

Dù đã giảng dạy về những nguyên lý thành công cho hàng triệu nhân viên bán hàng, nhưng tôi vẫn thấy ở Hal và Ryan một ý tưởng mới mẻ cùng phương pháp tiếp cận độc đáo đối với một ngành nghề đã có từ lâu. Cuốn sách này sẽ hấp dẫn nhiều người bởi nó đưa ra một trò chơi có tổ chức, có kế hoạch, và có khả năng đáp ứng mong muốn của bạn. Nó mang tới phương pháp tiếp cận cuộc sống và công việc bán hàng cho mỗi cá nhân, cũng như đề cập tới những nền tảng cần thiết nhằm giúp bạn đạt được thành công mà mọi người đều mơ ước.

Đây là cuốn sách rất đáng đọc!

Todd Duncan

CEO, Tập đoàn Duncan

Tác giả sách bán chạy nhất của *New York Times* với *Time Traps (Nghệ thuật quản lý thời gian)*,

High Trust Selling (tạm dịch: *Bán hàng từ niềm tin*), *$6,000 Egg* (tạm dịch: *Quả trứng 6.000 đô-la*)

Giới thiệu buổi sáng diệu kỳ của tôi

"Không ai sinh ra đã là người bán hàng; họ được tôi luyện mà thành. Nếu tôi làm được, thì bạn cũng làm được."

— JOE GIRARD - Người Bán hàng Vĩ đại nhất thế giới, theo sách *Kỷ lục thế giới Guinness*

T*ôi sẽ tắt chuông báo thức thêm lần nữa…*

Trước đây, buổi sáng nào của tôi cũng bắt đầu như vậy. Trên thực tế, *trạng thái mơ ngủ* không chỉ là công tắc khởi động một ngày, mà nó còn phản ánh *sự nghiệp* của tôi khi ấy. Đó là trước khi tôi biết tới *Buổi sáng diệu kỳ*. Tôi bị mắc kẹt trong một công việc nhàm chán và mức lương cũng không đủ để khích lệ tôi. Tôi trải qua nhiều ngày mất định hướng cho tương lai và không nhiều triển vọng để thay đổi. Dường như cả cuộc đời tôi đã được lập trình trong *trạng thái mơ ngủ* đó.

Nhưng rất ít người nhận ra sự bất mãn đó của tôi. Nếu nhìn từ bên ngoài, tôi trông có vẻ thành đạt. Gia đình tôi sống trong một căn hộ 170m² với một khoảng sân rộng. Chúng tôi cũng có kế hoạch mua một căn nhà. Vợ chồng tôi đều có bằng đại học và có thu nhập khoảng 40.000-50.000 đô-la mỗi năm, chúng tôi thuộc tầng lớp trung lưu. Trong mắt mọi người, chúng tôi là một gia đình Mỹ kiểu mẫu.

Tuy vậy, trong thâm tâm, tôi không hề cảm thấy hạnh phúc. Mỗi sáng, tôi uể oải bước xuống giường, cảm thấy bất lực, thờ ơ và trống rỗng. Tệ hơn, tôi biết *chính tôi* là người gây nên tình trạng đó. Tôi đã chọn cách làm an toàn, và không hài lòng với kết quả mình nhận được.

Tôi muốn nhiều hơn nữa. Gia đình tôi xứng đáng hơn thế. Tôi

chắc chắn rằng mình có thể *đạt được* nhiều hơn. Vấn đề là tôi không biết phải làm gì. Tôi cảm thấy mình cần một phép màu.

Và thật may mắn, tôi đã tìm được.

BUỔI SÁNG DIỆU KỲ CỦA TÔI

Tôi gặp Hal Elrod, đồng tác giả và là bạn tôi, chúng tôi từng làm việc tại cùng một công ty, hơn chục năm về trước. Hal là đại diện bán hàng được vinh danh trên Sảnh Danh vọng, còn tôi là một trong những quản lý chi nhánh mới xuất sắc. Chúng tôi sống ở hai bờ Đông – Tây nước Mỹ và không làm việc trực tiếp cùng nhau, nhưng tôi đã nghe Hal nói chuyện tại nhiều hội nghị.

Khi tạm ngừng công việc bán hàng để theo đuổi đam mê giảng dạy – công việc tôi yêu thích từ khi mới tốt nghiệp đại học, tôi đã theo dõi Hal trên mạng trực tuyến. Tôi thấy anh ấy rời bỏ sự nghiệp sáu năm với tư cách là một nhân viên bán hàng đỉnh cao để chuyển sang làm huấn luyện viên, diễn thuyết và viết sách. Tôi đã đọc và yêu thích cuốn sách đầu tiên của anh ấy,*Taking Life Head On* (tạm dịch: *Đối mặt với cuộc sống*), và cuối cùng, tôi đã thuê Hal làm huấn luyện viên cho mình.

Tôi kể với các bạn câu chuyện này bởi tôi nhớ rằng vài năm trước, Hal bắt đầu đăng các blog video về việc thức dậy lúc 4 giờ sáng và chạy bộ. Là Giám đốc của sự kiện từ thiện Run for the Front (Chạy bộ để quyên tiền cho Quỹ Front Row), tôi nhớ đã nghe Hal kể về quá trình luyện tập của anh ấy để chuẩn bị cho chặng marathon này. Tôi thấy rõ sự tự tin và hào hứng của anh. Tôi thấy mình được khích lệ bởi đam mê và sức mạnh của anh. Vì vậy, khi Hal thông báo rằng sắp ra mắt một cuốn sách khác, tôi rất muốn được đọc nó. Tôi tình nguyện đọc cuốn sách trước khi nó được phát hành và sẵn sàng chia sẻ cuốn sách tới những người khác khi nó được ra mắt.

Tôi hoàn toàn vô tư khi làm việc đó. Vào thời điểm này, tôi đã trở lại với nghề bán hàng. Tuy vẫn đang giảng dạy, nhưng tôi đã bắt đầu sự nghiệp mới trong lĩnh vực bất động sản. Với một người vợ, hai đứa con và hai công việc cùng lúc, tôi có rất ít thời gian để trau dồi bản thân hoặc phát triển kỹ năng bán hàng. Cuốn sách mới của Hal, *Buổi sáng diệu kỳ*, không chỉ là một ý tưởng hay. Đó là tất cả những gì tôi cần.

Tôi đọc cuốn sách chỉ trong một ngày.

Đó là một trong những cuốn sách hay nhất mà tôi từng đọc. Ngày

hôm sau, khi tôi bắt đầu Thử thách 30 ngày Buổi sáng diệu kỳ đầu tiên của mình, nó như một cú hích. Sáng hôm đó, tôi đã rất hào hứng khi ra khỏi giường.

Và sáng tiếp theo.

Và sáng tiếp theo.

Và rồi tôi bắt đầu nhận thấy sự thay đổi. Ban đầu nhỏ thôi. Sau đó lớn dần. Tiếp nối các buổi sáng, cuộc đời tôi đã thực sự thay đổi.

Trong ba năm kể từ khi đọc *Buổi sáng diệu kỳ,* cuộc sống của tôi đã có rất nhiều chuyển biến tích cực, đến mức tôi khó có thể liệt kê hết ở đây, nhưng có vài điều khiến tôi cảm thấy tự hào nhất:

- Tôi đã rời bỏ công việc giảng dạy và phát triển công việc kinh doanh bất động sản, tăng thu nhập lên gấp bốn lần trong vòng ba năm.
- Tôi đã được cả Công ty Keller Williams của tôi và Hiệp hội Môi giới bất động sản Bờ Bắc trao giải thưởng Tân binh xuất sắc của năm vì những thành tích bán hàng.
- Tôi đã ổn định được tình hình tài chính cá nhân, tạo ngân sách và tìm ra nhiều cách để tăng thu nhập.
- Tôi đã đi từ việc bán được ít hơn ba sản phẩm trong năm đầu tiên đến bán được ba sản phẩm trong một ngày.
- Tôi đã đọc trên 35 cuốn sách và nghe khoảng 25 cuốn sách nói trong ô tô, cũng như rất nhiều giờ nghe podcast[3].
- Tôi đã có những thay đổi tích cực trong các mối quan hệ kinh doanh của mình.
- Tôi đã hoàn thành cuốn sách đầu tiên và đang bắt tay vào viết cuốn thứ hai.
- Tôi đã được mời vào vị trí trưởng nhóm/người đào tạo kinh doanh cho một văn phòng có 85 nhân viên kinh doanh bất động sản.
- Tôi quản lý một nhóm kinh doanh bất động sản tràn đầy nhiệt huyết mà không cần phải quản lý những hoạt động chi tiết hằng ngày.

Buổi sáng diệu kỳ giúp tôi hình thành những thói quen nhằm loại bỏ các rào cản bên trong và bên ngoài đang kìm hãm bản thân. Lần đầu tiên, tôi cảm thấy mình hoàn toàn tự chủ trong việc định hướng, kiểm soát đời sống cá nhân cũng như sự nghiệp. Và kết

quả cũng chứng minh điều đó. Tôi phải mất hơn 30 năm để có thể kiếm được 100.000 đô-la trong một năm. *Và tôi mất chưa tới hai năm để tăng gấp đôi con số đó.*

Phép màu đã đến với tôi. Giờ là lúc phép màu đến với bạn.

BUỔI SÁNG DIỆU KỲ DÀNH CHO NGƯỜI BÁN HÀNG

Câu chuyện của tôi là nguồn cảm hứng ban đầu cho cuốn sách này. Hal theo dõi quá trình thay đổi cuộc sống của tôi ngay từ ban đầu, cách tôi trở lại công việc bán hàng và đạt được doanh thu cũng như thu nhập ngày càng tăng, phát triển các mối quan hệ, mở rộng mạng lưới, cải thiện sức khỏe và trở nên thực sự hạnh phúc trong suốt quá trình đó.

Và tôi không phải là người duy nhất. Kể từ khi Hal bắt đầu chia sẻ *Buổi sáng diệu kỳ,* ban đầu là với những khách hàng, sau đó là với nhiều người khác khi phát hành cuốn sách, chúng tôi liên tiếp nhận được những chia sẻ về sự thành công. Tất cả đều nghe có vẻ giống nhau đến mức khó tin. Mỗi người đều trải qua những thử thách lớn lao, hoặc đơn giản là không phát huy được hết tiềm năng của bản thân, rồi sau đó họ khám phá ra *Buổi sáng diệu kỳ cùng Life S.A.V.E.R.S., và xoay chuyển mọi* chuyện trong một khoảng thời gian kỷ lục:

Tôi đã thất bại, khổ sở, và từng cân nhắc chuyển việc. Anh trai tôi đã đưa tôi cuốn Buổi sáng diệu kỳ*, và chỉ trong sáu ngày, tôi đã từ vị trí cuối bảng vươn lên vị trí đầu bảng tại văn phòng của tôi.*

Trong ba năm đầu tiên, tôi đã bán được lượng sản phẩm Cutco Cutlery trị giá 127.000 đô-la. Sau đó, tôi được biết đến Buổi sáng diệu kỳ *cùng* Life S.A.V.E.R.S. *của Hal, và bắt đầu áp dụng ngay lập tức. Hiện tại, trong vòng năm tháng đầu năm nay, tôi đã bán được lượng sản phẩm dao kéo trị giá hơn 400.000 đô-la. Cảm ơn Hal!*

Mỗi ngày, tôi đang sống tại thang điểm 10 của sự hài lòng. Không chỉ doanh số của tôi tăng gấp đôi, gấp bốn, mà tôi còn giảm được 9kg, khởi nghiệp kinh doanh, và đã mua được một ngôi nhà mới cùng chiếc xe hằng mơ ước. Tôi rất biết ơn vì đã tìm thấy Buổi sáng diệu kỳ!

Hầu như ngày nào chúng tôi cũng nhận được hàng trăm lá thư tương tự như vậy. Tuy nhiên, Hal và tôi nhận thấy cuốn sách thứ nhất, *Buổi sáng diệu kỳ*, có tác động đặc biệt tới rất nhiều người bán hàng. Nhiều người trong số họ bắt đầu hỏi về những kỹ năng dựa trên phương thức *Buổi sáng diệu kỳ* để có thể nâng cao doanh

số (cùng nhiều chủ đề khác nữa), và chúng tôi bắt đầu tự hỏi: *Liệu chúng ta có thể làm được điều gì hơn nữa?*

Chúng tôi biết có vô số cuốn sách dành riêng cho người bán hàng, trong đó hướng dẫn những phương thức tìm kiếm khách hàng tiềm năng, những kỹ năng xây dựng mối quan hệ, xử lý các phản hồi tiêu cực, chốt hợp đồng, tiếp nhận lời giới thiệu và thúc đẩy khách hàng quay trở lại.

Chúng tôi cũng biết có rất nhiều cuốn sách chia sẻ bí quyết từ những người hạnh phúc và làm việc hiệu quả nhất thế giới. Các cuốn sách thường hướng dẫn độc giả cách thức kiếm tìm hạnh phúc, sáng tạo, phát triển trí tưởng tượng, khơi nguồn cảm hứng, khả năng thích nghi, năng động, lôi cuốn, mạnh mẽ, động lực và tham vọng không ngừng.

Nhưng chúng tôi nghĩ rằng những gì mà một người bán hàng cần chính là sự kết hợp của hai nhóm sách này. Không chỉ là chiến lược để trở thành một cỗ máy bán hàng, mà còn là những thói quen hằng ngày khiến họ trở nên hạnh phúc, vui vẻ, hài lòng nhất về bản thân và cuộc sống.

Trong quá trình viết cuốn sách này, chúng tôi đã dành hơn hai năm để phỏng vấn hàng chục người bán hàng hàng đầu, bao gồm các CEO, doanh nhân, chủ doanh nghiệp và tác giả bán chạy nhất – những người từng nằm trong nhóm 1% đứng đầu của công ty hay lĩnh vực mà họ tham gia. Chúng tôi muốn tìm hiểu xem những điều họ làm có gì khác biệt so với những người thuộc nhóm 99% còn lại, và các bạn sẽ biết điều mà chúng tôi phát hiện ra trong những chương tiếp theo. Thu nhập trung bình của những người này dao động từ 250.000 đô-la cho tới hàng triệu đô-la. Và những điều khác biệt được tìm thấy đã khiến chúng tôi vừa ngạc nhiên, vừa không.

Càng tìm hiểu về những người bán hàng hàng đầu thế giới, trong bất kỳ ngành nào, bạn càng nhận ra thành công của họ là kết quả của việc *họ là ai*, chứ không chỉ họ làm những gì. Chúng tôi viết cuốn sách này bởi vì chúng tôi muốn bạn cùng lúc đạt được cả hai, một là chủ động thành công trong công việc bán hàng, hai là thấu hiểu *chính mình.*

Và đó là tiền đề cũng như lời hứa của cuốn sách này: **Nếu bạn muốn đưa DOANH SỐ của mình lên một tầm cao mới, thì bạn phải tìm ra cách thức đưa BẢN THÂN lên một nấc thang mới,** *bởi mọi việc luôn diễn ra theo trình tự như vậy*.

Nếu bạn muốn thu hút, tạo lập và duy trì mức độ thành công, doanh số và thu nhập vượt trội, bạn phải tìm hiểu cách thức trở thành người có khả năng làm được những điều đó.

Tiếp theo, bạn phải nắm vững kiến thức từ những người bán hàng giỏi nhất. Bạn cũng cần tìm hiểu kỹ về sự phức tạp cũng như các khía cạnh của quy trình bán hàng – những điều như sự chuẩn bị trước khi bán hàng, tìm kiếm khách hàng tiềm năng, trình bày và giới thiệu sản phẩm, xử lý các phản hồi tiêu cực, và cuối cùng, chốt hợp đồng.

Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng không phải là cuốn sách bán hàng được truyền lại từ các thế hệ trước. Cuốn sách là câu trả lời của thế kỷ XXI cho những thách thức mang tính thời đại: Làm thế nào để thành công cùng lúc trong mọi lĩnh vực của cuộc sống, làm thế nào để trở thành người bán hàng giỏi nhất, và sở hữu một cuộc sống khỏe mạnh, cân bằng, hài lòng? Cuốn sách này cho bạn biết những người bán hàng hàng đầu làm gì, và điều đó mang lại lợi thế cho bạn ngay từ đầu, bằng việc giúp bạn trở thành một trong số họ – từ tinh thần, cảm xúc, tư tưởng và chiến lược.

GIỜ ĐẾN LƯỢT BẠN

Điều gì sẽ xảy ra nếu sáng mai bạn thức dậy với niềm tin tuyệt đối rằng ngày hôm nay sẽ là một ngày tuyệt vời? Điều gì sẽ xảy ra nếu dậy sớm trở thành thói quen yêu thích của bạn? Điều gì sẽ xảy ra nếu mỗi buổi sáng đều có thể giống như buổi sáng Giáng sinh – bạn biết đấy, thời thơ ấu, những buổi sáng Giáng sinh đều thực sự rất tuyệt vời? Đó là lúc bạn phải đi ngủ sớm với tâm trạng phấp phỏng không biết điều gì sẽ xảy ra vào ngày hôm sau, và khi thức dậy thì vô cùng phấn khích, thậm chí bạn còn đánh thức ba mẹ mình vào lúc 4 giờ sáng để mở các gói quà. (Hay chỉ mình tôi như vậy thôi?) Bạn có hào hứng không?

Tôi có thể khẳng định với bạn rằng đó chính xác là những gì tôi cảm nhận mỗi ngày. Khi đi ngủ, tôi luôn mong đợi đến ngày hôm sau và mỗi sáng, tôi đều thức dậy *trước khi báo thức đổ chuông*, bởi vì tôi nóng lòng muốn biết ngày mới sẽ mang lại cho tôi những điều diệu kỳ gì. Ngày hôm nay thường tốt lành hơn ngày hôm qua. Tôi không ngờ rằng cuộc sống của mình đã biến đổi theo cách tuyệt vời như vậy.

Tôi biết, bạn có thể nghĩ rằng, *tôi đã thử và thất bại. Tôi đã cố gắng dậy sớm hơn. Tôi đã cố gắng làm chủ cuộc sống cũng như doanh số của mình. Tôi đã thất bại nhiều lần hơn số lần tôi thừa nhận, và tôi*

lo lắng về việc phải thử những điều mới mẻ. Liệu chúng có thực sự giúp ích cho tôi?

Có! Có! Có!

Tôi đã từng trải qua thời kỳ như vậy. Tôi biết cảm giác vật lộn để đạt đủ chỉ tiêu bán hàng là như thế nào, và tôi cũng biết cảm giác thành công ngoài dự kiến là như thế nào. Ngay cả việc viết cuốn sách này cũng là việc mà vài năm trước tôi không hề nghĩ đến.

Tôi biết việc xoay xở để tìm kiếm những cơ hội tốt hơn là thế nào, tôi cũng biết có được cơ hội sẽ khiến các đồng nghiệp và đối thủ phải ghen tị là thế nào, và cả những lý do khiến họ phải hỏi tôi về bí quyết thành công. Cuốn sách này là bí quyết thành công của tôi. Trong cuốn sách, tôi sẽ tiết lộ những bí quyết đặc biệt, hành động và lời khuyên mà tôi đã áp dụng để thành công trong trò chơi bán hàng, cũng như… trong cuộc sống.

Quan trọng hơn, tôi tin rằng bạn đã sẵn sàng. Bạn sẵn sàng đưa bản thân, doanh số, cùng cuộc sống lên những nấc thang mới, mà trong thâm tâm, bạn biết mình có khả năng, *nếu không bạn đã không đọc cuốn sách này.* Các nguyên tắc ở đây có thể là phương tiện giúp bạn hiện thực hóa những ước mơ và bắt đầu kiếm được nhiều hơn tổng số tiền bạn từng sở hữu. Số tiền đó đủ để bạn không bị áp lực vì doanh số không ổn định hay thu nhập khiếm tốn, và giúp bạn đạt được cuộc sống cũng như sự nghiệp mà bạn hằng mong ước.

Tôi tin rằng để thực sự thành công, dù đo lường thành công theo cách nào, bạn vẫn phải làm chủ chính mình cùng quá trình bán hàng. Và điều đó bắt đầu vào buổi sáng. Khi làm chủ buổi sáng, bạn sẽ làm chủ cả ngày. Khi làm chủ cả ngày, bạn sẽ làm chủ quá trình bán hàng. Khi điều đó xảy ra, *bạn làm chủ công việc bán hàng*. Tôi chắc chắn điều đó, bởi vì nó khả thi với tôi, thì nó cũng khả thi với bạn.

Nếu bạn đồng ý, *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng* có thể trở thành huấn luyện viên, người bạn song hành giúp bạn giữ vững cam kết và cùng nhau nỗ lực. Tôi mong muốn cuốn sách trở thành người bạn đồng hành bên bạn, cho đến khi sự nghiệp bán hàng của bạn đạt được những chuyển biến tích cực tới mức bạn không thể nhận ra bạn đã bắt đầu từ đâu. Hãy giữ cuốn sách này cùng nhật ký bên mình để bạn có thể tham khảo, ghi chú những khác biệt mà bạn đạt được, cũng như để theo dõi sự tiến bộ của bản thân.

Bạn có thể thành công giống tôi, thậm chí còn hơn tôi. Bạn có thể đạt được thành công gấp nhiều lần thành công mà tôi đã đạt được.

Tất cả những gì bạn cần làm là kiểm soát buổi sáng của bạn.

Bạn đã sẵn sàng chưa?

Chương 1
Tại sao buổi sáng quan trọng

(HƠN BẠN NGHĨ)?

"Thành công thực sự không phải là những gì đã đạt được trong quá khứ – không phải vị khách bạn đã thuyết phục thành công trong tuần trước, không phải doanh thu tháng này hay tháng trước, không phải thu nhập năm ngoái, càng không phải số tiền bạn đang sở hữu. Thành công vững bền phải được xây dựng dựa trên giá trị nội tại – bạn là ai, bạn muốn trở thành người như thế nào, bạn bán hàng vì lý do gì, và bạn muốn để lại di sản như thế nào."

— TODD DUCAN

Tác giả sách bán chạy nhất của *New York Times*, *High Trust Selling* (tạm dịch: *Bán hàng từ niềm tin*)

Cách bạn khởi đầu mỗi buổi sáng sẽ định hình tâm thế của bạn trong suốt một ngày. Hãy bắt đầu mỗi ngày bằng một buổi sáng có mục đích, kỷ luật, phát triển và có định hướng, như vậy, bạn sẽ gần như chắc chắn đạt được một ngày hiệu quả.

Tuy nhiên, hầu hết những người bán hàng đều bắt đầu ngày mới bằng sự chần chừ. Họ tắt chuông báo thức và tự nhủ rằng đến cả quyết tâm ra khỏi giường vào mỗi sáng mình còn chẳng có, nói gì tới những việc phải làm để đạt được mục tiêu doanh số.

Khi đồng hồ báo thức đổ chuông vào buổi sáng, bạn hãy coi đó là món quà đầu tiên trong ngày mà cuộc sống dành tặng cho mình. Đó là món quà thời gian, nó sẽ giúp bạn trở thành người mà bạn cần phải trở thành, để đạt được tất cả những mục tiêu cùng ước mơ của mình, trong khi cả thế giới còn đang ngủ vùi.

Bạn có thể sẽ nghĩ: *Những điều này nghe thật tuyệt, Ryan. Nhưng. Tôi. Không. Phải. Là. Người. Quen. Dậy. Sớm.*

Tôi hiểu, tôi hiểu rất rõ! Điều bạn nói cũng từng là điều tôi tự nhủ với bản thân cả nghìn lần. Hãy tin tôi, tôi cũng đã cố gắng và thất bại rất nhiều lần khi cố gắng kiểm soát buổi sáng của mình. Nhưng đó là trước khi tôi phát hiện ra *Buổi sáng diệu kỳ*.

Hãy ngồi lại với tôi một phút. Ngoài mong muốn đạt được doanh số lớn đến mức cần phải dùng một chiếc máy tính cấu hình mạnh nhất mới có thể thống kê hết được, và thu nhập cao đến mức cần phải thuê một nhà tư vấn giàu kinh nghiệm để giúp quản lý số tiền, tôi cá rằng bạn cũng mong muốn mình không còn phải lo lắng về sự vô công rồi nghề, chấm dứt tình trạng liên tục không đạt chỉ tiêu doanh số, và được giải thoát khỏi tất cả áp lực cùng những thử thách kèm theo. Có đúng vậy không?

Vậy, bạn cần biết điều này:

Buổi sáng là điểm mấu chốt.

Đó là sự thật bởi có rất nhiều bằng chứng cho thấy những người dậy sớm thường là những người hạnh phúc hơn, thu nhập cao hơn, và *có doanh số cao hơn* những người dậy muộn hay khởi đầu ngày mới một cách chậm chạp.

Nhưng trước khi chúng ta tìm hiểu chính xác *làm thế nào* bạn có thể làm chủ buổi sáng của mình, hãy để tôi cho bạn biết lý do *tại sao*. Bởi hãy tin tôi, một khi bạn đã biết sự thật về buổi sáng, bạn sẽ không bao giờ muốn bỏ lỡ một buổi sáng nào nữa.

TẠI SAO BUỔI SÁNG QUAN TRỌNG ĐẾN VẬY?

Tôi đã đề cập tới rất nhiều dữ liệu thực tế cũng như bằng chứng khoa học – có rất nhiều. Càng để tâm vào buổi sáng, bạn sẽ càng nhận thấy chú chim dậy sớm nhất luôn kiếm được *nhiều*sâu hơn. Dưới đây chỉ là một vài lợi ích chủ yếu của việc dậy sớm:

Bạn sẽ làm việc tích cực hơn. Christoph Randler là Giáo sư Sinh học tại Đại học Giáo dục Heidelberg, Đức. Trong *Harvard Business Review,* ấn bản tháng 7 năm 2010, Randler đã chỉ ra rằng "Những người đạt được hiệu quả làm việc tốt nhất vào buổi sáng có khả năng thành công trong sự nghiệp, bởi vì họ chủ động hơn những người đạt được hiệu quả làm việc tốt nhất vào buổi tối."

Bạn sẽ dự liệu và ngăn chặn được các vấn đề. Randler cũng nhận

định rằng những người dậy sớm thường có lợi thế hơn. Họ "có khả năng dự liệu và giảm thiểu các vấn đề rắc rối, họ làm việc tích cực hơn, đạt nhiều thành công hơn trong công việc và cuối cùng là đạt được thu nhập cao hơn". Ông cũng chỉ ra rằng những người dậy sớm thường dự liệu được cũng như xử lý các vấn đề một cách khéo léo và dễ dàng, điều này càng khiến công việc của họ phát triển thuận lợi hơn… và, *tất nhiên*, bao gồm cả doanh số.

Bạn sẽ thành thạo việc lên kế hoạch. Những người dậy sớm có thời gian để tổ chức, dự liệu và lên kế hoạch cho một ngày của họ. Những người ngái ngủ thường bị động, và để lỡ nhiều cơ hội. Bạn thường bị căng thẳng hơn khi ngủ quên hoặc dậy muộn, phải không? Thức dậy khi bình minh (hoặc sớm hơn nữa) giúp bạn giữ được thái độ tích cực suốt cả ngày. Trong khi mọi người đang loay hoay kiểm soát một ngày của họ (và có thể không kiểm soát nổi) thì bạn lại rất bình tĩnh, thoải mái và tập trung cao độ.

Bạn sẽ có nhiều năng lượng hơn. Một trong những thành tố tạo nên *Buổi sáng diệu kỳ* là tập thể dục buổi sáng. Dù chỉ ít phút mỗi ngày, tập thể dục buổi sáng cũng mang lại không khí vui vẻ cho cả ngày. Máu được tăng cường lên não, giúp bạn suy nghĩ mạch lạc và tập trung hơn vào những vấn đề quan trọng. Lượng oxy mới sẽ lan tỏa khắp các tế bào trong cơ thể, khiến năng lượng của bạn luôn đầy ắp cả ngày. Đây cũng là lý do tại sao những người bán hàng giỏi nhất có thói quen tập thể dục buổi sáng cho biết họ có tâm trạng và thể lực tốt hơn, ngủ ngon hơn và làm việc năng suất hơn. Tất nhiên, điều này sẽ giúp doanh số của bạn tăng đáng kể.

Bạn sẽ có lợi thế tâm lý từ việc dậy sớm. Gần đây, các nhà nghiên cứu thuộc Đại học Barcelona ở Tây Ban Nha đã so sánh những người dậy sớm, còn được gọi là những chú chim thức dậy cùng bình minh với những người thường xuyên thức khuya và dậy muộn – hay còn gọi là "cú đêm". Trong số những điểm khác nhau giữa hai nhóm người này, các nhà nghiên cứu phát hiện ra rằng những người dậy sớm có xu hướng kiên trì hơn, chống chọi tốt hơn trước sự mệt mỏi, thất vọng và khó khăn. Điều này đồng nghĩa với việc họ ít phải trải qua tâm trạng lo lắng hơn, có tỷ lệ trầm cảm thấp hơn, hài lòng hơn với cuộc sống, và ít khả năng lạm dụng chất gây nghiện. Đối với tôi, đây là tin tốt.

… **và tránh được những tác hại của "cú đêm".** Mặt khác, những người hay thức đêm thường có xu hướng ngông cuồng, nóng nảy, bốc đồng và cả thèm chóng chán. Họ có nguy cơ mắc chứng mất ngủ và ADHD[4]. Họ cũng dễ mắc phải các chứng nghiện ngập, rối loạn tâm lý, có xung hướng chống đối xã hội hơn, và thậm chí có ý

định tự sát. Đây không phải là những hình ảnh tốt đẹp.

Nếu một Giáo sư Sinh học tại Đại học Barcelona và đến từ *Havard Business Review* vẫn chưa thể thuyết phục bạn dậy sớm và thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, thì tôi cũng không biết điều gì có thể thuyết phục được bạn.

Đã có rất nhiều bằng chứng chứng minh lợi ích của việc dậy sớm, và các chuyên gia cũng đã khẳng định điều đó. *Dậy sớm chính là bí quyết của một tương lai bán hàng cực kỳ thành công.*

BUỔI SÁNG Ư? THẬT SAO?

Tôi sẽ thừa nhận điều này. Để đi từ chỗ "*Tôi không phải là người quen dậy sớm*" đến "*Tôi thực sự muốn trở thành một người dậy sớm*" rồi đến "*Sáng nào tôi cũng dậy sớm, và cảm thấy thật tuyệt!*" là cả một quá trình. Nhưng sau nhiều lần thử và thất bại, bạn sẽ khám phá ra cách thoát khỏi "con người" thường dậy muộn bên trong bạn, từ đó hình thành thói quen dậy sớm.

Được rồi, lý thuyết thì nghe có vẻ tuyệt vời, nhưng bạn vẫn có thể lắc đầu và tự nhủ: Về lý thuyết thì nghe có vẻ hay đấy, nhưng "*Chẳng có cách nào đâu. Tôi đã nén đủ thứ việc cần đến 27 giờ trong 24 giờ rồi. Làm sao tôi có thể dậy sớm hơn một giờ so với hiện nay được nữa?*" Tôi lại hỏi bạn: "*Tại sao không?*"

Điều quan trọng là bạn hiểu được rằng *Buổi sáng diệu kỳ* không có nghĩa là phải ngủ ít đi một giờ, để rồi có một ngày dài và vất vả hơn. Cũng không có nghĩa là phải dậy thật sớm. Mà chỉ là thức dậy theo cách hiệu quả hơn.

Hàng ngàn người trên khắp Trái đất này đang sống và hành động theo *Buổi sáng diệu kỳ*. Nhiều người trong số họ từng là những "cú đêm". Nhưng họ đã làm được. Thực tế là cuộc sống của họ đang không ngừng phát triển. Và họ không kéo dài ngày thêm một giờ, mà họ sử dụng hiệu quả thêm một giờ. Bạn cũng có thể làm như vậy.

Bạn vẫn còn hoài nghi? Vậy hãy tin điều này: **Phần khó nhất của việc dậy sớm hơn một giờ là năm phút đầu tiên.** Đó là thời điểm bạn vẫn còn nằm trên chiếc giường ấm áp và phải đưa ra quyết định về việc có nên tắt chuông báo thức thêm lần nữa hay không. Và vào chính lúc đó, quyết định của bạn sẽ thay đổi một ngày, doanh số, cũng như cuộc đời của bạn.

Và đó cũng là lý do tại sao năm phút đầu tiên lại là điểm khởi đầu

của chúng ta trong *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng*. Đó là lúc bạn giành chiến thắng đầu tiên trong ngày!

Trong hai chương tiếp theo, chúng ta sẽ làm cho việc dậy sớm trở nên dễ dàng và thú vị hơn bao giờ hết (ngay cả khi bạn chưa từng là người dậy sớm), và chúng tôi cũng sẽ chỉ cho bạn cách tối ưu hóa những giây phút buổi sáng mà bạn mới có này.

Các Chương 4, 5 và 6 sẽ tiết lộ những nguyên tắc bán hàng mà không nhiều người biết tới, có liên quan đến việc thúc đẩy sự phát triển cá nhân, tại sao bạn cần phải thiết kế một chiến lược cuộc sống nhằm đạt được nguồn năng lượng vô tận và cách tối ưu hóa khả năng tập trung vào mục tiêu cùng những gì quan trọng nhất đối với bạn.

Cuối cùng, các Chương 7, 8 và 9 sẽ giới thiệu những kỹ năng tăng tốc bán hàng mà bạn phải thành thạo nhằm phát triển sự nghiệp bán hàng và tăng thu nhập nhanh nhất có thể.

Chúng tôi có rất nhiều điều muốn trình bày trong cuốn sách này, vì vậy, hãy bắt đầu ngay thôi!

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— Bob Urichuck – CEO, Chuyên gia về phương pháp Bán hàng siêu tốc[5], tác giả cuốn *Velocity Selling* (tạm dịch: *Bán hàng siêu tốc*)

Điểm nổi bật ở Bob là thái độ sẵn sàng cho đi và mong muốn chia sẻ với những người khác, điều này thậm chí nổi bật hơn cả kiến thức về bán hàng của ông. Bob nhận hỗ trợ một ngôi làng ở Sri Lanka và chịu trách nhiệm chăm sóc y tế, giáo dục cho hơn 700 trẻ em sống sót sau trận sóng thần. Bob đã phụ trách vài vị trí bán hàng khác nhau trong 50 năm qua, khởi đầu là một doanh nghiệp gia đình khi ông mới 6 tuổi. Bob được xếp hạng thứ tư trong danh sách 30 ông trùm bán hàng của thế giới (năm 2012) và liên tục ở trong nhóm 8 người đứng đầu danh sách từ năm 2008 đến nay.

Bob rất tốt bụng khi chia sẻ với chúng ta thói quen buổi sáng của ông và một vài kinh nghiệm thành công mà ông yêu thích: "Tôi quen dậy sớm và tôi dành ít nhất một giờ trong khoảng thời gian làm việc hiệu quả nhất trong ngày cho người quan trọng nhất thế giới – là chính bản thân tôi. Tôi thức dậy lúc 6 giờ sáng. Sau khi vận động, tôi thiền, trước hết bằng việc hình dung mình giúp ai đó đang cần sự giúp đỡ và sau đó hình dung mục tiêu cuối cùng của tôi. Sau khi hoàn thành, tôi nghe những câu nói tích cực[6] mà tôi đã thu âm trên iPhone trong khoảng 25 phút. Tiếp đó, tôi tự thưởng cho mình ly cà phê đầu tiên trong ngày và thầm biết ơn khi có một ly cà phê để uống trong khi vẫn còn hàng triệu người trên khắp thế giới không có được một ly nước sạch để dùng. Cuối cùng, tôi tập thể dục – tôi đi bộ khoảng 6km hoặc bơi 50 vòng, rồi dùng bữa sáng, và bắt đầu một ngày làm việc."

Tôi muốn chia sẻ ba lời khuyên khiến tôi ấn tượng trong cuộc phỏng vấn với Bob:

1. Hãy tin tưởng bản thân, tổ chức mà bạn đại diện, sản phẩm cũng như dịch vụ của tổ chức, và đội ngũ mà bạn làm việc cùng.
2. Bán hàng không chỉ là bán hàng, mà còn là kiến tạo các mối quan hệ. Càng có nhiều mối quan hệ, mạng lưới quan hệ của bạn càng rộng. Mạng lưới quan hệ càng rộng, giá trị ròng của bạn càng lớn.
3. Trong bán hàng, 70% thời gian của bạn là dành để nghe, 30% còn lại để đặt câu hỏi, có nghĩa là bạn không hề có thời gian để nói. Mọi chuyện không xoay quanh bạn, sản phẩm hay dịch vụ, thương hiệu của bạn. Tất cả xoay quanh người mua, và khi bạn tập trung vào người mua, bạn khiến quá trình mua diễn ra thuận lợi cũng như thúc đẩy người mua.

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— STEPHEN CHRISTOPHER

CEO Công ty Công nghệ Marketing Seequs

Trước khi tôi đọc *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng*, cuộc sống của tôi chỉ xoay quanh điệp khúc CỐ LÊN, CỐ LÊN, CỐ LÊN, nhưng mỗi ngày của tôi thường kết thúc với cảm giác rằng tôi chưa hoàn thành được nhiều việc, và khi đi ngủ, tôi cảm thấy có lỗi vì lẽ ra tôi đã có thể làm được nhiều việc hơn. Rồi ngay khi thức dậy, tôi đã cảm thấy áp lực với những điều cần làm, và mỗi sáng, tôi tắt chuông báo thức một đến ba lần với hy vọng rằng ngủ thêm 15 phút nữa sẽ giúp tôi giải quyết được những vấn đề của mình.

Sau khi dành trọn một ngày đọc *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người bán hàng*, tôi liên tục tỉnh giấc giữa đêm và mong đến giờ dậy để bắt đầu ngày mới… Tôi đã rất phấn khích, đến nỗi không thể ngủ được!

Trong bốn ngày đầu thực hiện theo *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi đã tìm được ít nhất một khách hàng tiềm năng mỗi ngày, và trong 10 ngày đầu, tôi tìm được bốn khách hàng mới (Kỷ lục tôi từng đạt được là khoảng bốn đến năm khách hàng mỗi tháng, và đó đã là một mức đáng nể trong ngành này).

Buổi sáng diệu kỳ giúp tôi đạt được mức độ tập trung đáng kinh ngạc. Hằng ngày, tôi đạt được thành tựu cao gấp bốn lần trước đây, tôi cảm thấy hạnh phúc hơn rất nhiều vào cuối ngày bởi vì tôi biết mình đã hành động đúng và giúp những người khác tiến gần hơn đến việc hoàn thành mục tiêu của họ trong cuộc sống.

Tôi rất tin tưởng *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi đã đặt mua 60 cuốn và hào

hứng tặng lại bạn bè, đồng nghiệp, hay bất kỳ ai tôi gặp – những người có thể đang cần sự giúp đỡ. Trong 10 ngày, bạn gái cùng những người bạn thân của tôi đã nhận thấy sự khác biệt ở tôi, đến nỗi họ cũng đã bắt đầu thực hiện theo *Buổi sáng diệu kỳ*!

Cảm ơn Hal, *Buổi sáng diệu kỳ* đã thay đổi cuộc đời tôi, và giờ tôi đang đi đúng lộ trình hướng tới Cuộc sống diệu kỳ!

Chương 2
Chỉ mất 5 phút để trở thành người dậy sớm

"Nếu thực sự nghĩ về việc này, thì bạn có thể thấy tắt chuông báo thức vào buổi sáng không có ý nghĩa gì. Việc đó tương tự rằng 'Tôi ghét phải dậy sớm, vì vậy, tôi cứ tắt đi tắt lại chuông báo thức.'"

— DEMETRI MARTIN

Nghệ sĩ hài độc thoại

Bạn có thể sẽ yêu thích việc dậy sớm – ngay cả khi bạn chưa từng dậy sớm.

Tôi biết, bạn có thể không tin. Ngay lúc này bạn đang nghĩ, *điều này chỉ đúng với những người quen dậy sớm, còn tôi, tôi đã rất cố gắng rồi. Tôi thực sự không thể dậy sớm.*

Nhưng đó là sự thật. Tôi chắc chắn, bởi vì tôi cũng từng trải qua tâm trạng như vậy. Tôi cũng từng là người hay tắt chuông báo thức, mắt lúc nào cũng lờ đờ, mỏi mệt. Như Hal thường nói, tôi đích thực là một người "nghiện ngủ". Tôi cũng từng rất sợ buổi sáng. Tôi ghét việc phải thức dậy.

Và bây giờ, tôi rất yêu thích việc dậy sớm.

Tôi đã làm được điều đó như thế nào? Khi mọi người hỏi tôi đã làm cách nào để biến đổi bản thân thành một người dậy sớm – cuộc sống của tôi cũng thay đổi trong quá trình đó – tôi nói rằng đã làm theo năm bước đơn giản, từng bước một. Tôi biết điều này nghe có vẻ bất khả thi. Nhưng hãy nghe từ một người từng nghiện ngủ: bạn có thể làm được. Và bạn có thể làm theo cách thức mà tôi

từng làm.

Đó là thông điệp quan trọng về việc thức dậy – bạn có thể thay đổi. Những người dậy sớm không phải sinh ra đã vậy – họ đều từ rèn luyện mà thành. Bạn có thể trở thành một người dậy sớm, và bạn có thể làm được điều đó theo những bước đơn giản mà không cần phải có sức mạnh ý chí của một vận động viên marathon Olympic. Tôi cho rằng, khi dậy sớm không còn là nghĩa vụ, mà là *một phần cuộc sống* của bạn, bạn sẽ thực sự yêu thích các buổi sáng.

Bạn vẫn chưa tin? Hãy tạm gạt sự nghi ngờ sang một bên và để tôi giới thiệu với bạn quy trình năm bước đã thay đổi cuộc đời tôi. Năm bí quyết đơn giản mà không gây nhàm chán, giúp việc thức dậy vào buổi sáng – thậm chí dậy sớm – trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Nếu không có chiến lược này, rất có thể tôi vẫn say giấc bỏ qua tiếng chuông báo thức. Tệ hơn, tôi vẫn mặc định tiêu cực rằng mình không phải là người có thể dậy sớm.

Và tôi đã bỏ lỡ rất nhiều cơ hội.

THÁCH THỨC VỚI VIỆC THỨC DẬY

Thức dậy sớm hơn cũng gần giống như khi bạn thử một chế độ ăn kiêng mới: Bạn rất hào hứng với những kết quả tuyệt vời bạn sẽ đạt được, bắt đầu từ ngày mai.

Nhưng khi ngày mai đến thì sao? Và khi bạn đói? Và khi món ăn ưa thích đang "nhìn chằm chặp" vào bạn từ phía trong tủ lạnh hay trên thực đơn của quán cà phê?

Thế là… chúng ta đều biết điều gì sẽ xảy ra. Những ý định tốt đẹp biến mất. Nguồn động lực bỗng chốc ngủ đông. Và điều tiếp theo là bạn sẽ thưởng thức một chiếc kem.

Các buổi sáng cũng gần giống vậy. Ngay lúc này, tôi cá là bạn đang rất sẵn sàng. Nhưng điều gì sẽ xảy ra vào sáng mai khi tiếng chuông báo thức vang lên? Bạn có còn đủ động lực khi bị chuông báo thức đột ngột kéo ra khỏi giấc ngủ sâu trên chiếc giường ấm áp, trong khi xung quanh lại khá lạnh?

Tôi nghĩ rằng chúng ta đều biết nguồn động lực sẽ đi đâu sau đó. Nó sẽ biến mất và thay vào đó là những sự bao biện. Và bao biện là một nghệ sĩ bậc thầy – chỉ trong ít giây, chúng ta đã tự thuyết phục bản thân rằng chúng ta chỉ ngủ thêm vài phút nữa thôi…

… và điều tiếp theo mà chúng ta biết chắc là chúng ta sẽ cuống quýt chạy quanh nhà vì sắp sửa muộn giờ làm. Lại một ngày nữa.

Đây là vấn đề nan giải. Lúc chúng ta cần nhiều động lực nhất – những phút giây đầu tiên trong ngày – lại là lúc chúng ta có ít động lực nhất.

Giải pháp tiếp theo là phải tăng cường động lực vào buổi sáng. Chúng ta phải đối diện với sự bao biện. Đó cũng chính là những gì mà năm bước sau đây sẽ hướng dẫn bạn. Mỗi bước trong quá trình đó đều được thiết kế để: tăng Mức tạo động lực thức dậy (Wake-Up Motivation Level – WUML) của bạn.

Ngay lúc này, bạn có thể có WUML thấp, tức là bạn không muốn gì hơn là được quay trở lại giấc ngủ sau khi tắt báo thức. Điều đó là bình thường. Nhưng bằng cách áp dụng quá trình này, bạn có thể đạt được WUML cao, ở mức bạn sẵn sàng bật dậy và chào đón ngày mới.

CHIẾN LƯỢC 5 PHÚT ĐỂ THỨC DẬY MÀ KHÔNG BUỒN NGỦ

Phút thứ nhất: Lên kế hoạch trước khi đi ngủ

Điểm mấu chốt của việc thức dậy là ghi nhớ được điều này: Ý nghĩ đầu tiên vào buổi sáng thường sẽ là ý nghĩ cuối cùng, trước khi đi ngủ. Ví dụ, tôi biết chắc là có những đêm bạn bị khó ngủ do quá háo hức với việc thức dậy vào sáng hôm sau. Đó có thể là đêm Giáng sinh hay đêm trước một kỳ nghỉ dài ngày, ngay cả khi chuông báo thức chưa reo, bạn đã mở mắt, sẵn sàng ra khỏi giường và đón chào ngày mới. Tại sao vậy? Vì trước khi đi ngủ, bạn đã suy nghĩ tích cực về buổi sáng hôm sau.

Mặt khác, nếu ý nghĩ cuối cùng của bạn trước khi đi ngủ là *Ôi trời, không thể tin được là trong sáu giờ nữa tôi phải thức dậy – tôi sẽ kiệt sức vào buổi sáng mất!* thì ý nghĩ đầu tiên của bạn khi nghe tiếng chuông báo thức, nhiều khả năng sẽ là *Ôi trời, đã tới 6 giờ rồi sao? Không! Tôi chỉ muốn ngủ thôi!*

Vậy nên, việc bạn cần làm trước khi đi ngủ là hãy mong đợi điều tích cực vào buổi sáng hôm sau.

Để được trợ giúp về vấn đề này và để có được chính xác những suy nghĩ có thể tạo nên ý định mạnh mẽ cho bạn, bạn hãy tải *The Miracle Morning Bedtime Affirmations* (tạm dịch: *Những ý nghĩ tích cực trước khi đi ngủ làm nên Buổi sáng diệu kỳ*), miễn phí tại www.TMMBook.com.

Phút thứ hai: Đặt đồng hồ báo thức cách xa giường ngủ

Nếu chưa làm điều này, thì bạn hãy đặt đồng hồ báo thức cách xa giường ngủ. Việc này khiến bạn bắt buộc phải ra khỏi giường và cơ thể bạn phải hoạt động. Hoạt động sẽ tạo ra năng lượng – khi bạn bật dậy khỏi giường, một cách tự nhiên, hoạt động này sẽ giúp bạn tỉnh ngủ.

Nếu đặt đồng hồ báo thức ngay cạnh giường, khi đồng hồ đổ chuông, bạn vẫn đang trong trạng thái nửa ngủ nửa thức, và điều này khiến việc thức dậy trở nên khó khăn. Thực tế, rất có thể bạn đã vô thức tắt chuông đi! Trong một số trường hợp, thậm chí bạn còn cho rằng tiếng chuông báo thức là một phần của giấc mơ. (Hãy tin tôi, bạn không phải người duy nhất nghĩ như vậy.)

Buộc bản thân ra khỏi giường để tắt chuông báo thức sẽ làm cho động lực để thức dậy tăng lên ngay lập tức. Tuy nhiên, bạn có thể vẫn còn ngái ngủ. Vì vậy, để tăng động lực thức dậy hơn nữa, bạn hãy tiếp tục…

Phút thứ ba: Đánh răng

Ngay sau khi rời khỏi giường và tắt chuông báo thức, bạn hãy đi thẳng vào nhà tắm để đánh răng. Trong lúc đánh răng, hãy vã ít nước lên mặt. Hành động đơn giản này sẽ làm tăng WUML của bạn hơn nữa.

Giờ miệng bạn đã dễ chịu, đến lúc để…

Phút thứ tư: Uống một cốc nước đầy

Việc cung cấp nước cho cơ thể vào buổi sáng rất quan trọng. Sau sáu đến tám giờ không bổ sung nước, bạn đã bị mất nước nhẹ, và việc này khiến cơ thể bạn mệt mỏi. Thông thường, khi mọi người cảm thấy mệt mỏi – dù vào bất kỳ thời điểm nào trong ngày – điều mọi người cần làm là uống thêm nước, chứ không phải là ngủ thêm.

Hãy bắt đầu bằng việc lấy một cốc nước hay một chai nước (hoặc bạn có thể làm giống tôi, rót sẵn nước từ đêm hôm trước, để chuẩn bị cho buổi sáng hôm sau), và uống nhanh hay chậm theo mức bạn cảm thấy thoải mái. Mục đích của việc này là bổ sung lượng nước mà bạn đã mất trong lúc ngủ. (Và, lợi ích phụ của việc uống nước vào buổi sáng là giúp bạn có làn da khỏe mạnh, trông trẻ hơn, và thậm chí là duy trì cân nặng ở mức có lợi cho sức khỏe. Vài trăm ml nước mang lại một kết quả không ngờ!)

Cốc nước đó giúp WUML của bạn tăng lên một mức nữa, và bạn sẽ…

Phút thứ năm: Thay quần áo hoặc đi tắm

Bước thứ năm có hai lựa chọn. Lựa chọn thứ nhất là thay quần áo tập thể dục, bạn đã sẵn sàng rời khỏi phòng ngủ và ngay lập tức tham gia vào *Buổi sáng diệu kỳ*. Bạn cũng có thể chuẩn bị sẵn quần áo tập luyện trước khi đi ngủ, hoặc thậm chí mặc luôn quần áo tập luyện đi ngủ. (Đúng vậy!)

Lựa chọn thứ hai là vận động trong khi tắm. Tôi thường thay quần áo tập thể dục, và sẽ tắm sau khi tập luyện xong, nhưng có rất nhiều người thích tắm sớm, vì việc đó giúp họ tỉnh ngủ và đem tới cho họ một khởi đầu tươi sáng cho ngày mới. Bạn có thể lựa chọn.

Dù lựa chọn thế nào, khi bạn đã thực hiện xong các bước đơn giản này, WUML của bạn đã vừa đủ cho *Buổi sáng diệu kỳ*, mà không cần thêm bất kỳ nỗ lực nào nữa.

Nếu bạn quyết định thực hiện cam kết ngay lúc đồng hồ báo thức của bạn bắt đầu đổ chuông – khi mà WUML của bạn gần như bằng O – thì đó sẽ là một quyết định khó khăn. Năm bước này giúp bạn tạo đà để chỉ sau ít phút, bạn đã có thể sẵn sàng tiếp tục, thay vì vẫn ngủ say.

BỔ SUNG LỜI KHUYÊN TỪ BUỔI SÁNG DIỆU KỲ

Dù quy trình này đã đem lại hiệu quả cho hàng ngàn người, nhưng năm bước này không phải là cách thức duy nhất để thức dậy dễ dàng hơn vào mỗi buổi sáng. Dưới đây là một số lời khuyên khác mà tôi ghi nhận được từ những người thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*:

- *Những ý nghĩ tích cực trước khi đi ngủ làm nên Buổi sáng diệu kỳ*: Nếu bạn chưa thực hiện điều này, hãy dành ít phút truy cập www.TMMbook.com và tải về *Những ý nghĩ tích cực trước khi đi ngủ làm nên Buổi sáng diệu kỳ.* Cuốn sách này có thể mang lại cho bạn sự hào hứng cùng mục tiêu phấn đấu, và hoàn toàn miễn phí. Để thức dậy trước khi đồng hồ báo thức đổ chuông, không có cách nào hiệu quả hơn là lên kế hoạch cho trí não của bạn hướng đến chính xác những gì bạn mong muốn.
- Cài đặt chế độ hẹn giờ cho đèn trong phòng ngủ: Một trong những thành viên của *Cộng đồng Buổi sáng diệu kỳ* đặt chế

độ hẹn giờ cho đèn trong phòng ngủ (bạn có thể mua thiết bị hẹn giờ trên mạng hoặc tại cửa hàng ở khu vực bạn sinh sống). Khi báo thức của anh ấy đổ chuông, đèn trong phòng ngủ sẽ tự động bật sáng. Đây quả là ý tưởng tuyệt vời! Bạn sẽ dễ dàng ngủ lại khi phòng đang tối – đèn sáng sẽ làm cho tâm trí và cơ thể bạn biết rằng đã đến lúc thức dậy. (Dù bạn có sử dụng thiết bị hẹn giờ hay không, hãy bật đèn lên ngay khi đồng hồ báo thức đổ chuông.)

- Hẹn giờ cho thiết bị sưởi trong phòng ngủ: Một người hâm mộ khác của *Buổi sáng diệu kỳ* nói rằng vào mùa đông, cô ấy đặt chế độ để thiết bị sưởi trong phòng ngủ tự động tắt 15 phút trước khi cô ấy thức dậy. Hoặc cô ấy sẽ tắt thiết bị vào ban đêm, và bật lại vào lúc cô ấy ra khỏi giường, nhờ vậy, cô ấy không muốn ngủ thêm nữa!
- Bạn hãy tùy ý sử dụng *Chiến lược năm phút để thức dậy mà không buồn ngủ* theo cách mình muốn, và nếu bạn có bí quyết nào muốn chia sẻ, hãy cho chúng tôi biết. Bạn có thể chia sẻ với **Cộng đồng Buổi sáng diệu kỳ** qua www.MyTMMCommunity.com.

Việc có thể thức dậy dễ dàng và đầy quyết tâm phụ thuộc hoàn toàn vào việc có một chiến lược từng bước, hiệu quả, và được lên kế hoạch từ trước, nhằm tăng WUML. Đừng chần chừ mà hãy thử thực hiện! Hãy bắt đầu ngay tối nay bằng cách nghe *Những ý nghĩ tích cực trước khi đi ngủ làm nên Buổi sáng diệu kỳ*, chuyển đồng hồ báo thức cách xa giường ngủ, chuẩn bị sẵn một cốc nước đầy, và thực hiện các bước khác vào buổi sáng.

LÀM THẾ NÀO ĐỂ ĐI TỪ "KHÔNG THỂ CHỊU ĐỰNG ĐƯỢC" ĐẾN "KHÔNG THỂ NGỪNG ĐƯỢC" (TRONG 30 NGÀY)

Việc hình thành một thói quen mới cần có khoảng thời gian để thích nghi – bạn đừng kỳ vọng rằng quá trình này không cần tới nỗ lực từ ban đầu. Nhưng bạn hãy kiên trì. Những ngày đầu, tưởng như không thể chịu đựng nổi, nhưng đó chỉ là tạm thời. Nhiều người tranh luận về việc phải mất bao lâu mới có thể hình thành một thói quen mới, nhưng nhìn chung, 30 ngày là khoảng thời gian đủ để thử thách thói quen mới vào buổi sáng của bạn.

Dưới đây là một số giai đoạn bạn có thể sẽ phải trải qua trong quá trình tạo thói quen mới:

Giai đoạn 1: Không thể chịu đựng được (ngày 1-10)

Giai đoạn 1 là khi bất kỳ thói quen mới nào cũng đòi hỏi nỗ lực rất lớn, và việc dậy sớm cũng vậy. Bạn phải chiến đấu với những thói quen cũ, chính chúng đã tạo nên *con người bạn* trong nhiều năm.

Ở giai đoạn này, quan trọng nhất chính là quyết tâm của bạn, và nếu bạn không có quyết tâm, thì mọi chuyện sẽ rất khó khăn. Việc tắt chuông báo thức và khởi đầu ngày mới một cách uể oải cũng giống như những thói quen xấu đang kìm hãm bạn, khiến bạn không thể trở thành người bán hàng xuất sắc, mà bạn biết rằng bạn có thể, vì vậy, hãy quyết tâm và nỗ lực hết mình.

Trong Giai đoạn 1, bạn sẽ phải chiến đấu chống lại những thói quen cũ và những suy nghĩ tiêu cực. Nhưng đây cũng là giai đoạn bạn chiêm nghiệm được những việc bạn đã làm và những việc bạn có khả năng. Bạn chỉ cần tiếp tục nỗ lực, giữ vững cam kết về mục tiêu đã đề ra. Bạn hãy tin tôi, khi tôi nói rằng bạn có thể làm được!

Giai đoạn 2: Không thoải mái (ngày 11-20)

Trong Giai đoạn 2, cơ thể cùng tâm trí bạn đã bắt đầu quen dần với việc dậy sớm. Bạn nhận thấy việc dậy sớm đã trở nên dễ dàng hơn, nhưng đây vẫn chưa phải là thói quen của bạn – bạn vẫn chưa thực sự là người dậy sớm, và vẫn chưa cảm thấy thoải mái hoàn toàn.

Cám dỗ lớn nhất trong giai đoạn này là việc tự thưởng cho mình bằng cách nghỉ ngơi, đặc biệt là vào dịp cuối tuần. Câu hỏi thường gặp trong Cộng đồng Buổi sáng diệu kỳ là "Bạn dậy sớm để thực hành Buổi sáng diệu kỳ bao nhiêu ngày trong một tuần?". Câu trả lời của tôi, và cũng là của những người thực hành Buổi sáng diệu kỳ là… *mọi buổi sáng.*

Vượt qua được Giai đoạn 1, tức là bạn đã vượt qua được giai đoạn khó khăn nhất. Vì vậy, hãy tiếp tục cố gắng!

Khi đã vượt qua Giai đoạn 1, bạn đã vượt qua giai đoạn khó khăn nhất. Vì thế hãy tiếp tục cố gắng! Tại sao bạn lại muốn trải qua Giai đoạn 1 đầy khó khăn thêm lần nữa, chỉ vì dừng lại nghỉ một hoặc hai ngày? Chắc chắn bạn không muốn vậy, thế nên đừng làm vậy.

Giai đoạn 3: Không thể ngừng được (ngày 21-30)

Giai đoạn 3 là khi phép màu xảy đến! Lúc này, dậy sớm giờ không chỉ còn là một thói quen, mà thực sự đã trở thành *một phần con*

người bạn. Một phần đặc tính của bạn. Cơ thể và tâm trí bạn đã quen với nếp sống mới. 10 ngày tiếp theo rất quan trọng đối với việc gắn kết thói quen vào bản thân và cuộc sống của bạn.

Khi tham gia thực hành *Buổi sáng diệu kỳ,* bạn sẽ dần cảm thấy quý trọng những giai đoạn khác của quá trình thay đổi thói quen. Một lợi ích phụ là bạn sẽ nhận ra mình có thể xác định, phát triển và áp dụng bất kỳ thói quen tích cực nào, kể cả đó là thói quen của những cá nhân xuất sắc mà tôi đề cập trong cuốn sách này!

Tôi biết bạn có thể bị nản chí vào ngày thứ năm của quá trình, khi bạn nhận ra vẫn còn 25 ngày nữa thì quá trình thay đổi mới có thể hoàn tất và phải tới lúc đó, bạn mới có thể thực sự trở thành người dậy sớm. Hãy nhớ rằng vào ngày thứ năm của quá trình, bạn thực sự đã đi được nửa chặng đường đầu tiên và đang làm rất tốt. Hãy nghĩ tới thành quả bạn sẽ đạt được sau khi hoàn thành quá trình này, luôn giữ vững mục tiêu trong tâm trí, và nghĩ hoặc nói những điều tích cực nhằm động viên bản thân. Hãy nhớ: cảm xúc ban đầu của bạn sẽ không kéo dài mãi mãi. Trên thực tế, bạn nên cảm ơn bản thân vì sự kiên trì của chính mình, bởi vì bạn sẽ nhận được chính xác kết quả mong muốn khi trở thành người mà bạn hằng ao ước!

Tôi làm gì với buổi sáng?

30 ngày, bạn thầm nghĩ. *Tôi có thể dậy sớm trong 30 ngày… Nhưng TÔI SẼ LÀM GÌ với khoảng thời gian đó?*

Đây là lúc phép màu bắt đầu. Tôi sẽ giới thiệu với bạn những thói quen cốt lõi của Buổi sáng diệu kỳ. Chúng được gọi là Life S.A.V.E.R.S., và đây cũng chính là những thói quen sẽ làm thay đổi buổi sáng, doanh số, cũng như cuộc đời của bạn!

Lập tức hành động:

Bạn không cần chờ đợi thêm để khởi tạo một tương lai mới và tuyệt vời. Như Anthony Robbins từng nói: "Khi nào mới là LÚC NÀY, mới là thời điểm tốt để làm việc đó?" Lúc này chính là thời điểm hoàn hảo! Thực tế, bạn càng sớm bắt đầu, bạn càng sớm nhìn thấy kết quả, đó là năng lượng dồi dào hơn, thái độ tích cực hơn, và dĩ nhiên, doanh số cũng cao hơn.

Bước 1: Đặt báo thức sớm hơn một giờ so với giờ bạn thường thức dậy và lên kế hoạch thực hiện *Buổi sáng diệu kỳ* cho khoảng thời gian một giờ này vào sáng mai.

Từ hôm nay trở đi, cho tới 30 ngày nữa, bạn hãy đặt báo thức sớm hơn một giờ để bắt đầu thức dậy khi bạn *muốn*, thay vì *phải* thức dậy. Đã tới lúc bạn cần bắt đầu một ngày mới theo Buổi sáng diệu kỳ, để trở thành người mà bạn cần trở thành nhằm đưa bản thân, doanh số và thành công của bạn lên mức đáng kinh ngạc.

Bạn sẽ làm gì trong khoảng một giờ đó? Chúng ta sẽ tìm hiểu trong chương tiếp theo, nhưng ngay bây giờ, bạn hãy đọc tiếp cuốn sách này trong *Buổi sáng diệu kỳ* của bạn, cho đến khi bạn thực thi được toàn bộ thói quen.

Bước 2: Gia nhập Cộng đồng Buổi sáng diệu kỳ tại www.MyTMMCommunity.com để kết nối và nhận thêm sự hỗ trợ từ hơn 15.000 người dậy sớm có cùng chí hướng, nhiều người trong số họ đã đạt được kết quả phi thường với *Buổi sáng diệu kỳ* trong nhiều năm.

Bước 3: Tìm một người bạn đồng hành khi thực hiện *Buổi sáng diệu kỳ*. Đó có thể là bất kỳ ai – một người bạn, một người thân trong gia đình hay một người đồng nghiệp – để tham gia cùng bạn trong chuyến phiêu lưu này và giúp nhau giữ vững tinh thần cho đến khi *Buổi sáng diệu kỳ* trở thành một thói quen xuyên suốt cuộc đời.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— COREY ACKERMAN

Đồng sở hữu cấp cao, Tập đoàn Cornerstone

Sau khi có được bằng luật và cùng anh trai mở rồi bán thành công một vài công ty, Corey đã dành 12 năm để phấn đấu trở thành một trong những người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu tại một công ty chuyên về tuyển dụng. Corey tự hào khi trở thành chuyên gia được cả quốc gia và quốc tế công nhận trong lĩnh vực tuyển dụng trọng yếu của ngành dược.

Corey có rất nhiều lời khuyên về bán hàng, nhưng lời khuyên tối ưu nhất của ông là: "Khi đến gặp khách hàng, bạn hãy luôn luôn xác định trước thành quả mình cần đạt được là gì và cố gắng đạt được điều đó. Vì vậy, ngay cả khi bạn không chắc mình sẽ bán được hàng, thì cũng sử dụng cuộc gặp gỡ đó làm cơ hội xây dựng quan hệ cho tương lai, hoặc để thử áp dụng cách tiếp cận mới. Tóm lại, bạn hãy luôn luôn xác định thành quả mà bạn mong muốn, và cố gắng đạt được điều đó."

Khi thảo luận về thói quen buổi sáng của mình, Corey mô tả phương pháp của ông bằng cách hình ảnh hóa các hoạt động hằng ngày. "Khi tắm hoặc di chuyển đến chỗ làm, tôi hình dung thành công trong các hoạt động quan trọng nhất của ngày hôm nay mà tôi cần đạt được là gì, và nghĩ xem tôi cần phải làm những gì để đạt được chúng. Tôi cũng tập dượt trước những cuộc đối thoại mà tôi dự kiến sẽ diễn ra, nghĩ trước những câu hỏi khó nhất mà tôi có thể sẽ nhận được và chuẩn bị sẵn câu trả lời. Tôi thậm chí còn nói to câu trả lời, bởi vì tôi thấy rằng những câu trả lời có vẻ ổn khi đang suy nghĩ, nhưng khi nói ra thì chưa chắc đã hợp lý."

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— LORIE VANWERDEN

Chủ sở hữu, Công ty Fruitful Sales & Development

"Làm việc trong mảng bán hàng mà phải nghe 'KHÔNG' nhiều lần trong ngày là một áp lực rất lớn – nhưng với sự hướng dẫn tới từ Buổi sáng diệu kỳ, tôi cảm thấy mình PHẤN CHẤN HƠN, TRÀN ĐẦY HY VỌNG VÀ LUÔN HÀO HỨNG với công việc và cuộc sống."

Tôi làm chủ một doanh nghiệp, và thường chỉ làm việc một mình trong suốt cả ngày, do không có nhóm hỗ trợ ở bên nên tôi rất khó tập trung và không hề có cảm giác PHẤN CHẤN. Thực hiện *Buổi sáng diệu kỳ* và nghe chương trình podcast của Hal (và tiếp nhận năng lượng từ ông ấy) đã giúp tôi duy trì thái độ tích cực, sống một cuộc sống cân bằng và trọn vẹn. Tôi vẫn luôn là một người suy nghĩ tích cực, nhưng kể từ khi biết tới Hal cũng như đọc sách, nghe chương trình podcast của ông, tôi cảm thấy mình có thêm hướng đi và động lực để đạt được các mục tiêu.

Tôi tạo ra bảng danh sách các mục tiêu (những mục tiêu mà tôi chưa từng đạt được trước khi thực hiện *Buổi sáng diệu kỳ*), và tôi đã sắp xếp được một số cuộc gặp mặt với những khách hàng tương đối lớn, điều này thật tuyệt vời! Tôi cho rằng việc thực hành Hình dung và Những ý nghĩ tích cực đã phần nào giúp tôi có được những buổi gặp mặt đó. Những gì bạn nghĩ và lưu lại trong tâm trí sẽ tạo nên con người bạn, vì vậy, kể từ khi thực hiện Buổi sáng diệu kỳ, tôi đã có thêm nhiều điều tốt đẹp, và khi lưu những điều đó trong tâm trí, bạn sẽ đạt được những kết quả tuyệt vời!

Ngoài ra, tôi cũng mong muốn được chia sẻ *Buổi sáng diệu kỳ* tới những người khác, để có thể giúp họ làm hết khả năng của mình,

và có thể khuyến khích họ trong cuộc hành trình mang tên cuộc sống!”

Chương 3

Life s.a.v.e.r.s.sáu bước thực hành giúp bạn phát huy tối đa tiềm năng

"Những hoạt động được Hal viết tắt bằng cụm từ S.A.V.E.R.S. là những phương pháp thực hành tốt nhất – đã được diễn tiến qua nhiều thế kỷ phát triển ý thức của con người – và những điều 'tốt nhất của tốt nhất' được cô đọng thành một nghi lễ buổi sáng. Giờ đây, nghi lễ này đã trở thành một phần thói quen trong ngày của tôi. Nhiều người thực hiện một trong các bước của S.A.V.E.R.S hằng ngày. Ví dụ, nhiều người thực hiện E, họ tập thể thao (exercise) mỗi sáng. Những người khác thực hiện S – yên lặng hay thiền (silence) hoặc ghi chép (scribing). Nhưng trước khi Hal tổng hợp tất cả các bước S.A.V.E.R.S. thì chưa ai từng thực hiện đầy đủ sáu bước thực hành có từ thời cổ đại này mỗi sáng. Buổi sáng diệu kỳ là cuốn sách hoàn hảo dành cho những người bận rộn và thành đạt. Việc thực hiện S.A.V.E.R.S. mỗi sáng cũng giống như việc tiếp siêu nhiên liệu cho cơ thể, trí não và tinh thần trước khi bắt đầu ngày mới."

— ROBERT KIYOSAKI

Tác giả sách bán chạy nhất, *Cha giàu cha nghèo*

Khi Hal trải qua cuộc khủng hoảng tồi tệ lần thứ hai trong đời như anh đã kể trong cuốn *Buổi sáng diệu kỳ*, anh bắt đầu tìm kiếm phương thức nhanh nhất để đưa quá trình phát triển bản thân lên mức độ mới. Vì vậy, anh đã tìm hiểu những thói quen tích cực của những người thành công nhất thế giới.

Sau khi khám phá ra sáu trong số những thói quen phát triển bản

thân được chứng minh là hiệu quả và tồn tại lâu dài, đầu tiên, Hal cố gắng xác định xem một hoặc hai trong số đó có khả năng đưa anh đến thành công nhanh nhất. Rồi anh nhận ra: *Nếu mình thực hiện tất cả thì sẽ thế nào?*

Hal và tôi đã là bạn trong hơn một thập kỷ, và tôi đã tận mắt nhìn thấy sự biến đổi hoàn toàn của anh sau khi khám phá, thực hiện và nhuần nhuyễn những thói quen, mà anh gọi là Life S.A.V.E.R.S.

Hal thay đổi nhanh chóng trước sự ngạc nhiên của tôi. Nhưng không chỉ mình anh. Tôi chứng kiến rất nhiều người cùng theo đuổi Life S.A.V.E.R.S. và thay đổi bản thân. Không lâu sau đó, tôi cũng theo bước họ.

VÌ SAO LIFE S.A.V.E.R.S. HIỆU QUẢ?

Life S.A.V.E.R.S. là những bước thực hành buổi sáng đơn giản nhưng đem lại hiệu quả rõ rệt, giúp bạn lên kế hoạch và sống cuộc sống theo cách bạn mong muốn. Công cụ này được thiết kế nhằm giúp bạn bắt đầu ngày mới trong trạng thái thể lực, tinh thần, cảm xúc và tâm lý tốt nhất, để bạn cùng lúc nâng cao hiệu quả cũng như LUÔN LUÔN duy trì hiệu quả ở trạng thái tốt nhất.

Tôi biết, tôi biết. Bạn không có thời gian. Có thể là bạn cảm thấy hầu như không thể thu xếp được toàn bộ công việc mà bạn phải làm, chứ chưa nói đến những gì bạn muốn làm. Tôi cũng từng "thiếu thời gian" như vậy. Nhưng hiện tại, tôi đã có thêm thời gian, và tiền bạc cũng thoải mái hơn trước.

Bạn cần nhận ra rằng Buổi sáng diệu kỳ chính là để giúp bạn có thêm thời gian. Life S.A.V.E.R.S. là công cụ giúp bạn chấm dứt tình trạng làm việc vất vả và kéo dài, thay vào đó, bắt đầu làm việc một cách thông minh hơn và hiệu quả hơn. Những bước thực hành này giúp bạn nạp thêm năng lượng, xác định các ưu tiên một cách rõ ràng, và xây dựng lối sống hiệu quả cũng như tránh được áp lực.

Nói cách khác, Life S.A.V.E.R.S. không làm mất thời gian của bạn mà còn tạo thêm thời gian cho bạn.

Mỗi chữ cái trong cụm từ S.A.V.E.R.S. là viết tắt cho một trong những thói quen tích cực nhất của những người bán hàng thành công nhất thế giới. Và chúng cũng là những hoạt động mang lại mức độ mới về sự tĩnh tâm, sự rõ ràng, động lực và năng lượng mới cho cuộc sống của bạn. Bao gồm: Tĩnh lặng (**S**ilence), Ý nghĩ tích cực (**A**ffirmations), Hình dung (**V**isualization), Tập luyện

(**E**xercise), Đọc (**R**eading), Ghi chép (**S**cribing).

Những hoạt động này sẽ phát huy tốt nhất nếu được thực hiện trong khoảng thời gian buổi sáng mới có của bạn. Bạn có thể tùy chỉnh sao cho phù hợp với bạn, cuộc sống cũng như mục tiêu của bạn. Chúng được điều chỉnh cho phù hợp với bạn, cuộc sống của bạn và mục tiêu của bạn. Và bạn có thể bắt đầu ngay vào sáng mai.

Hãy cùng xem chi tiết mỗi bước trong số này.

S: SILENCE (TĨNH LẶNG)

Tĩnh lặng, bước đầu của Life S.A.V.E.R.S., là thói quen chủ chốt cho người bán hàng. Nếu hằng ngày, bạn phải nhận vô số cuộc gọi, email, hay tham gia vào rất nhiều cuộc họp bán hàng, công việc tiếp cận khách hàng bằng điện thoại, hoặc theo dõi bảng doanh số cùng các hợp đồng bán hàng chưa giải quyết, vốn là những điều đặc trưng trong cuộc sống của người bán hàng, thì đây là cơ hội để bạn DỪNG LẠI và THỞ!

Hầu hết người bán hàng bắt đầu ngày mới bằng việc kiểm tra email, tin nhắn cùng doanh số bán hàng trên điện thoại thông minh. Và hầu hết mọi người đều trăn trở về doanh số. Đây không phải là sự trùng hợp ngẫu nhiên. Bắt đầu ngày mới bằng một khoảng thời gian tĩnh lặng sẽ lập tức làm giảm căng thẳng và giúp bạn bắt đầu ngày mới với sự bình tĩnh và mạch lạc mà bạn cần có để tập trung vào những điều quan trọng.

Nhiều người bán hàng thành công, và cũng rất nhiều người đạt được như vậy ở các ngành nghề khác, đều thực hành tĩnh lặng mỗi ngày. Không có gì đáng ngạc nhiên khi Oprah thực hành tĩnh lặng – hoặc bà thực hiện gần như tất cả các bước thực hành khác của Life S.A.V.E.R.S. Các nghệ sĩ như Katy Perry và Russell Brand thường thực hành TM (thiền siêu việt)[7]; Sheryl Crow và Sir Paul McCartney cũng vậy. Các ngôi sao điện ảnh và truyền hình như Jennifer Aniston, Ellen Degenres, Cameron Diaz, Clint Eastwood và Hugh Jackman cũng đều nói về việc thiền mỗi ngày. Thậm chí, các tỷ phú nổi tiếng như Ray Dalio và Rupert Murdoch đã cho rằng thành công về mặt *tài chính* của họ là nhờ thực hành tĩnh lặng mỗi ngày. Bạn cũng sẽ đạt được trạng thái tĩnh lặng nhất bằng cách làm tương tự.

Có vẻ như tôi chỉ đang yêu cầu các bạn không cần làm gì cả, nhưng hãy để tôi nói rõ hơn: bạn có khá nhiều cách thức tĩnh lặng để lựa chọn. Đây là một số cách mà bạn có thể bắt đầu (tôi liệt kê

theo thứ tự ngẫu nhiên):

- Thiền
- Cầu nguyện
- Suy tưởng
- Thở sâu
- Biết ơn

Dù chọn cách nào, hãy chắc chắn là bạn không nằm trên giường trong khoảng thời gian tĩnh lặng này, và tốt hơn là nên rời khỏi phòng ngủ. Tôi thường ngồi tại ghế bành trong phòng khách, ở đó, tôi đã chuẩn bị sẵn mọi thứ mình cần cho *Buổi sáng diệu kỳ*: những lời nói tích cực, sổ ghi chép, đĩa DVD yoga, và những cuốn sách tôi đang đọc. Tôi đã chuẩn bị sẵn mọi thứ từ đêm hôm trước và như vậy sẽ rất dễ dàng để bắt đầu *Buổi sáng diệu kỳ* khi vừa thức dậy.

LỢI ÍCH CỦA SỰ TĨNH LẶNG

Đã bao nhiêu lần chúng ta cảm thấy căng thẳng? Đã bao nhiêu lần chúng ta phải ứng phó với trở ngại trước mắt khiến chúng ta xao nhãng tầm nhìn hay kế hoạch của bản thân? Đây không phải là những câu đố mẹo – câu trả lời chung cho cả hai câu hỏi là: *hằng ngày.* Căng thẳng là một trong những nguyên nhân phổ biến nhất khiến người bán hàng mất tập trung và thất bại. Tôi thường phải đối mặt với những yếu tố gây mất tập trung như lịch trình chồng chéo và những căng thẳng không thể tránh được trong ngày. Làm dịu tâm trí giúp tôi gạt những điều đó sang một bên và *tập trung* vào công việc thay vì *bị ngập* trong đó.

Nhưng tác động không chỉ dừng lại ở hiệu quả công việc. Căng thẳng quá nhiều cũng gây hại cho sức khỏe của bạn. Nó kích hoạt phản ứng chiến đấu hay bỏ cuộc – một phản ứng tâm lý mang tính bản năng, điều này khiến cơ thể sản sinh ra một loạt hoóc-môn có hại, và chúng sẽ tồn tại nhiều ngày trong cơ thể bạn. Sẽ không có vấn đề gì nếu bạn chỉ thỉnh thoảng phải trải qua trạng thái căng thẳng. Nhưng khi công việc bán hàng thường xuyên bị áp lực sẽ khiến cho adrenaline liên tục sinh ra, và ngày càng tác động tiêu cực lên sức khỏe của bạn.

Tuy nhiên, tĩnh lặng trong thạng thái thiền có thể giúp bạn giảm căng thẳng, và kết quả là sức khỏe của bạn sẽ được cải thiện. Một nghiên cứu quan trọng của một nhóm nghiên cứu gồm Viện Sức khỏe Quốc gia, Hội Y học Mỹ, Trung tâm Y tế Mayo cùng các nhà

khoa học tại các trường Đại học Harvard và Stanford đã cho thấy thiền có thể làm giảm căng thẳng và nguy cơ tăng huyết áp. Một nghiên cứu mới đây của Tiến sĩ Norman Rosenthal, bác sĩ tâm lý nổi tiếng thế giới tại Quỹ David Lynch thậm chí còn phát hiện ra rằng những người thực hành thiền định có nguy cơ tử vong vì bệnh tim thấp hơn 30%.

Nói cách khác, thực hành tĩnh lặng có thể giúp bạn giảm căng thẳng, thay vì phải dùng đến thuốc.

HƯỚNG DẪN THIỀN THEO CÁC ỨNG DỤNG THIỀN

Thiền cũng giống như các hoạt động khác, nếu chưa từng thực hiện trước đó, ban đầu bạn có thể cảm thấy rất khó khăn và kỳ quặc. Nếu là người mới tập thiền, tôi khuyên bạn nên bắt đầu với một người hướng dẫn chuyên nghiệp.

Dưới đây là một số ứng dụng thiền mà chúng tôi yêu thích, có thể dùng trên cả iPhone/iPad và các thiết bị Android:

- Headspace
- Omvana
- Simply Being

Các ứng dụng thiền này có sự khác nhau tương đối rõ rệt, và đôi khi khó nhận biết, một trong số đó là giọng của người hướng dẫn.

Nếu không có thiết bị để tải ứng dụng, bạn chỉ cần truy cập YouTube hay Google và tìm kiếm với từ khóa "Thiền có hướng dẫn" (Guided Meditation).

THIỀN THEO BUỔI SÁNG DIỆU KỲ

Khi đã sẵn sàng thử nghiệm thiền không có hướng dẫn, dưới đây là cách thiền đơn giản, từng bước mà bạn có thể sử dụng trong *Buổi sáng kỳ diệu*, ngay cả khi bạn chưa bao giờ thiền trước đây.

- Trước khi thiền, điều quan trọng là bạn phải chuẩn bị tâm trí và đặt ra các kỳ vọng. Đây là thời gian để bạn tĩnh lặng tâm trí và loại bỏ những suy nghĩ liên tục tiếp diễn về điều gì đó – hồi tưởng quá khứ hay lo lắng về tương lai, mà chẳng bao giờ sống trọn vẹn trong hiện tại. Đây là khoảng thời gian để loại bỏ căng thẳng, tạm ngừng lo lắng và hoàn toàn sống trong giây phút này. Đây là khoảng thời gian để tiếp cận bản chất thật của bạn, để tìm hiểu sâu hơn những điều bạn đang

có, những điều bạn đang làm, hoặc cách bạn nhìn nhận bản thân. Nếu điều này nghe có vẻ xa lạ, hoặc quá mới mẻ với bạn, thì cũng hoàn toàn bình thường. Tôi cũng từng cảm thấy như vậy. Đó có thể là vì bạn chưa từng thử qua điều này. Nhưng đáng mừng là bạn sắp làm vậy.

- Tìm một nơi yên tĩnh, thoải mái để ngồi. Bạn có thể ngồi trên ghế sô-pha, ghế thông thường hay sàn nhà, hoặc ngồi trên gối cho thoải mái.
- Ngồi thẳng lưng, chân khoanh lại. Bạn có thể nhắm mắt hoặc nhìn xuống một điểm trên sàn nhà cách bạn khoảng hơn nửa mét.
- Bắt đầu bằng việc tập trung vào hơi thở, hít vào chậm và sâu. Hít vào qua mũi và thở ra qua miệng. Cách thở hiệu quả nhất là khi bụng bạn phồng lên chứ không phải là lồng ngực.
- Giờ bắt đầu với nhịp thở. Hít vào chầm chậm trong ba giây (một, hai, ba), ngừng thở trong khoảng ba giây nữa, và rồi thở ra chầm chậm trong ba giây. Bạn sẽ cảm nhận được rằng suy nghĩ và cảm xúc lắng lại trong lúc bạn tập trung vào hơi thở. Chú ý: trong lúc bạn nỗ lực làm tâm trí trở nên tĩnh lặng, các ý nghĩ vẫn sẽ ghé thăm bạn. Bạn chỉ cần thừa nhận sự có mặt của chúng, sau đó bỏ qua chúng, và quay lại tập trung vào hơi thở.
- Cố gắng sống trọn vẹn thời khắc này. Đây thường được gọi là đơn thuần tồn tại. Không suy nghĩ, không làm gì, chỉ tồn tại. Tiếp tục dõi theo hơi thở của bạn, và tưởng tượng đến việc hít vào năng lượng tích cực, yêu thương, bình an, và thở ra tất cả sự lo lắng và căng thẳng. Tận hưởng sự tĩnh lặng. Tận hưởng khoảnh khắc này. Chỉ thở… Chỉ tồn tại.
- Nếu bạn thấy rằng mình vẫn liên tục suy nghĩ, thì việc tập trung vào một từ, một cụm từ hay một điều tâm niệm nào đó có thể sẽ hữu ích cho mình, bạn hãy lặp đi lặp lại nhiều lần trong lúc hít vào và thở ra. Ví dụ, bạn có thể thử nói thế này: (Lúc hít vào) "Tôi hít vào sự tin tưởng…" và (khi thở ra) "Tôi thở ra nỗi sợ hãi…" Bạn có thể thay thế từ tin tưởng bằng bất kỳ điều gì bạn cho rằng mình cần thêm trong cuộc sống (tình yêu, niềm tin, năng lượng…), và thay thế từ sợ hãi bằng bất cứ điều gì bạn muốn loại bỏ (căng thẳng, lo lắng, bất mãn…).
- Thiền là món quà mà bạn có thể dành tặng cho chính mình mỗi ngày. Khoảng thời gian tôi dành để thiền đã trở thành một trong những phần thói quen mà tôi yêu thích. Đó là

khoảng thời gian để tĩnh lặng, trải nghiệm sự biết ơn, cũng như thoát khỏi những căng thẳng và lo lắng thường ngày.

Bạn hãy coi việc thiền hằng ngày như một kỳ nghỉ ngắn giúp bạn thoát khỏi các vấn đề. Dù các vấn đề của bạn vẫn còn đó khi bạn kết thúc hoạt động thiền mỗi ngày, nhưng bạn sẽ thấy mình tập trung hơn, và có được tâm thái tốt hơn để giải quyết chúng.

A: AFFIRMATIONS (NHỮNG Ý NGHĨ TÍCH CỰC)

Bạn đã bao giờ băn khoăn tại sao một vài người trong số những người bán hàng giỏi nhất quanh bạn thường xuyên vượt doanh số hàng tháng tốt nhất của bạn? Hay tại sao những người khác bán cùng mặt hàng lại chỉ có thể bán lượng hàng vừa đủ để qua ngày? Thông thường, tư duy của người bán hàng chính là yếu tố quyết định kết quả về doanh số của anh ta.

Những người quanh bạn, từ khách hàng tiềm năng đến đồng nghiệp, đều có thể nhận thấy tư duy của bạn. Nó thể hiện rất rõ qua ngôn ngữ, sự tự tin và cử chỉ của bạn. Và kết quả là thái độ của bạn có tác động đến toàn bộ quá trình bán hàng, từ mở đầu cuộc nói chuyện cho đến chốt hợp đồng. Bạn hãy chỉ cho tôi một người bán hàng tuyệt vời, và tôi sẽ cho bạn thấy một người có tư duy tuyệt vời.

Tuy nhiên, tôi biết việc duy trì sự tự tin và nhiệt huyết – chứ chưa nói đến động lực – khó đến thế nào trong quá trình bán hàng vốn luôn căng thẳng. Tư duy là thứ chúng ta tiếp nhận mà không chủ định nghĩ về nó – ở một mức độ tiềm thức nhất định, chúng ta được lập trình để suy nghĩ, tin tưởng, hành động và nói chuyện với chính mình. Khi gặp khó khăn, chúng ta trở lại với tư duy được lập trình theo thói quen sẵn có.

Hoạt động lập trình đó được hình thành từ nhiều nguồn ảnh hưởng, trong đó có những gì người khác nói với chúng ta, những gì chúng ta tự nói với bản thân, và tất cả những trải nghiệm tốt cũng như xấu chúng ta đã có trong đời. Hoạt động lập trình đó thể hiện ra trong suốt cuộc đời chúng ta, bao gồm kết quả bán hàng. Và điều này có nghĩa là nếu muốn có doanh số tốt hơn, bạn cần có quá trình lập trình trí não tốt hơn.

Những ý nghĩ tích cực chính là công cụ để làm điều đó. Bằng việc liên tục nhắc nhở bản thân về người mà bạn muốn trở thành, những điều bạn muốn đạt được và bằng cách nào bạn sẽ đạt được những điều đó, tâm trí của bạn sẽ chuyển đổi những niềm tin và

hành vi của bạn một cách vô thức. Bạn sẽ tự động tin và hành động theo cách mới, và cuối cùng là biến những ý nghĩ tích cực trở thành sự thật.

Khoa học đã chứng minh rằng những suy nghĩ tích cực, khi được sử dụng đúng cách, là một trong những công cụ hiệu quả nhất để bạn sớm trở thành người mà bạn cần trở thành, để đạt mọi thứ bạn muốn trong cuộc sống. Tuy vậy, những suy nghĩ tích cực cũng từng bị chỉ trích. Nhiều người thử áp dụng nhưng rồi thất vọng vì thu được rất ít kết quả, thậm chí là không đạt được bất kỳ kết quả nào.

TẠI SAO CÁCH SỬ DỤNG SUY NGHĨ TÍCH CỰC TRƯỚC ĐÂY LẠI KHÔNG ĐẠT HIỆU QUẢ?

Trong hàng chục năm, có vô số người được coi là chuyên gia và ông trùm đã hướng dẫn cách sử dụng suy nghĩ tích cực theo những cách không hiệu quả và chỉ đưa đến thất bại. Dưới đây là hai vấn đề phổ biến nhất trong việc sử dụng suy nghĩ tích cực.

NÓI DỐI BẢN THÂN KHÔNG MANG LẠI ÍCH LỢI GÌ

Tôi là triệu phú. Không, không phải vậy.

Tỷ lệ mỡ trên cơ thể tôi chỉ là 7%. Không, đó không phải sự thật.

Tôi đã đạt được tất cả mục tiêu đặt ra cho năm nay. Rất tiếc, bạn chưa làm được như vậy.

Phương pháp hình thành suy nghĩ tích cực bằng cách viết mọi điều như thể bạn đã trở thành một người như bạn mong muốn hay đã đạt được những điều tương tự, có lẽ chính là lý do lớn nhất khiến những suy nghĩ tích cực không đạt hiệu quả.

Với cách làm này, mỗi khi bạn suy nghĩ tới một điều tích cực nhưng không đúng sự thật, tâm trí bạn sẽ chống lại suy nghĩ đó. Con người vốn rất thông minh và không bao giờ chấp nhận những điều ảo tưởng, vì vậy, lặp đi lặp lại việc nói dối bản thân không bao giờ là một chiến lược tốt. *Sự thật luôn luôn chiến thắng.*

Chỉ nghĩ mà không làm sẽ không mang lại kết quả.

Nhiều suy nghĩ tích cực được tạo ra nhằm làm cho bạn cảm thấy dễ chịu, bằng việc tạo ra những lời hứa hẹn suông về điều gì đó mà bạn mong muốn. Ví dụ, đây là một lời nói tích cực về tiền bạc được nhiều người ưa thích và đã được nhiều ông trùm trên thế

giới sử dụng:

Tôi là thỏi nam châm hút tiền. Tiền bạc chảy tới chỗ tôi nhiều vô kể và tôi không cần phải nỗ lực quá nhiều.

Kiểu lời nói tích cực này có thể khiến bạn cảm thấy dễ chịu trong chốc lát bởi nó giúp bạn thoát khỏi những lo lắng về tiền bạc, nhưng nó không thực sự mang lại tiền bạc. Những người chỉ ngồi chờ tiền tự động chảy đến cuối cùng sẽ không có tiền.

Để tạo ra nhiều tiền (hay bất kỳ kết quả nào mà bạn mong muốn), bạn phải thực sự hành động. Hành động của bạn phải đi liền với những kết quả mà bạn mong muốn, và suy nghĩ tích cực của bạn sẽ phải thể hiện và khẳng định điều đó.

BỐN BƯỚC TẠO SUY NGHĨ TÍCH CỰC NHẰM TĂNG DOANH SỐ

Dưới đây là những bước đơn giản để tạo ra và triển khai những suy nghĩ tích cực trong *Buổi sáng diệu kỳ* nhằm mang lại kết quả cho bạn. Những suy nghĩ tích cực này sẽ lập trình cả tâm trí có ý thức và vô thức của bạn để tạo ra kết quả, cũng như đưa đến thành công cá nhân cùng thành công nghề nghiệp vượt trội so với những gì bạn từng biết đến.

Bước 1: Kết quả vượt trội mà bạn cam kết và lý do

Bạn thấy rằng chúng tôi không bắt đầu với "Điều bạn muốn". Mọi người đều muốn thứ này hay thứ khác, nhưng chúng ta không đạt được những gì chúng ta muốn, mà đạt được những gì chúng ta cam kết. Bạn muốn trở thành triệu phú? Không ai quan tâm đến điều đó cả, bởi vì bạn cũng chỉ là một trong rất nhiều người. Nhưng nếu bạn cam kết một cách toàn tâm toàn ý với việc trở thành triệu phú bằng việc đưa ra cách thức rõ ràng và thực hiện những hành động cần thiết cho đến khi đạt được kết quả. Vậy thì được, chúng ta sẽ nói chuyện.

Hành động: Hãy bắt đầu bằng việc viết ra một kết quả cụ thể và vượt trội – điều sẽ thách thức bạn và cải thiện cuộc sống của mình một cách đáng kể – và đó là điều bạn cam kết sẽ tạo ra (dù bạn chưa rõ sẽ thực hiện như thế nào). Sau đó, bạn củng cố cam kết bằng việc đưa ra các lý do TẠI SAO – những lợi ích hấp dẫn mà bạn sẽ được trải nghiệm.

Ví dụ: T*ôi cam kết tăng gấp đôi thu nhập trong vòng 12 tháng tới, từ … đô-la lên … đô-la, nhờ vậy, tôi có thể đảm bảo tài chính cho gia đình.*

Hay:

Tôi hoàn toàn cam kết với việc giảm … cân và sẽ đưa cân nặng về khoảng … trước ngày …, nhờ vậy, tôi sẽ có thêm năng lượng và tạo nên tấm gương tốt về việc giữ gìn sức khỏe cho các con.

Bước 2: Những hành động cần thiết mà bạn cam kết sẽ thực hiện và tính thời điểm

Viết một câu nói tích cực về những gì bạn muốn mà không nêu ra cam kết rõ ràng là một việc làm vô ích, trong thực tế, hành động này có thể phản tác dụng, bởi nó khiến tâm trí vô thức của bạn mặc định rằng kết quả này sẽ tự nhiên xảy ra mà không phải nỗ lực.

Hành động: Đưa ra hành động (cụ thể), hoạt động hay thói quen mà bạn cần có để đạt được kết quả lý tưởng, và nêu rõ THỜI ĐIỂM cùng tần suất bạn sẽ thực hiện các hành động cần thiết.

Ví dụ: Để đảm bảo việc sẽ tăng gấp đôi thu nhập, tôi cam kết sẽ tăng gấp đôi số cuộc gọi đến các khách hàng tiềm năng, từ 20 lên 40 cuộc mỗi ngày, 5 ngày mỗi tuần, từ 8 giờ sáng đến 9 giờ sáng – BẤT KỂ LÝ DO GÌ.

Hay:

Để đảm bảo việc sẽ giảm … cân, tôi cam kết sẽ đến phòng tập 5 ngày mỗi tuần và chạy trên máy chạy bộ tối thiểu 20 phút mỗi ngày, từ 6 giờ sáng đến 7 giờ sáng.

Hành động của bạn càng chi tiết càng tốt. Hãy đảm bảo rằng bạn ghi rõ cả tần suất và khối lượng công việc, cùng thời gian chính xác bạn sẽ bắt đầu và kết thúc hành động.

Bước 3: Nhắc lại suy nghĩ tích cực của bạn mỗi sáng và vận dụng cảm xúc

Hãy nhớ rằng, những suy nghĩ tích cực trong Buổi sáng diệu kỳ của bạn được thiết kế không phải chỉ để bạn *cảm thấy dễ chịu*. Những suy nghĩ này được viết ra để điều chỉnh hoạt động lập trình vô thức của bạn, tạo ra niềm tin và tâm thế mà bạn cần có để đạt được kết quả bạn mong muốn. Cùng lúc, việc này giúp ý thức của bạn tập trung vào những mối ưu tiên cao nhất cũng như những hành động giúp bạn đạt được kết quả.

Tuy nhiên, để những suy nghĩ tích cực của bạn có hiệu quả, một

việc cũng quan trọng là bạn cần vận dụng cảm xúc trong lúc đọc những suy nghĩ này ra. Nhắc đi nhắc lại những câu nói tích cực mà không hề chú tâm hay có cảm giác rằng những câu nói đó là chân thật sẽ mang lại hiệu quả thấp. Bạn phải có trách nhiệm tạo ra những cảm xúc chân thật, như sự hào hứng hay quyết tâm, và đưa những cảm xúc đó vào mỗi suy nghĩ tích cực mà bạn nói ra.

Hành động: Lên kế hoạch nói những suy nghĩ tích cực mỗi ngày vào buổi sáng (lý tưởng là trong Buổi sáng diệu kỳ của bạn), vừa để lập trình vô thức, vừa để tập trung ý thức vào những gì là quan trọng nhất đối với bạn, và những gì bạn cam kết thực hiện để biến điều đó trở thành hiện thực. Đúng vậy, bạn phải đọc chúng hằng ngày. Thỉnh thoảng mới nói ra những suy nghĩ tích cực cũng tương tự như thỉnh thoảng mới tập thể dục. Bạn chỉ bắt đầu thấy kết quả khi bạn biến việc này thành một phần thói quen hằng ngày.

Bước 4: Thường xuyên cập nhật và phát triển suy nghĩ tích cực của bạn

Những suy nghĩ tích cực của bạn nên tiếp tục phát triển, cải thiện và biến đổi song song với bạn. Khi có mục tiêu, mơ ước mới hay bất kỳ kết quả vượt trội nào mà bạn muốn đạt được trong đời, hãy bổ sung nó vào những suy nghĩ tích cực của bạn.

Cá nhân tôi có những suy nghĩ tích cực riêng cho mỗi khía cạnh quan trọng trong cuộc sống (tài chính, sức khỏe, hạnh phúc, các mối quan hệ, nuôi dạy con...) và thường xuyên bổ sung thêm những suy nghĩ tích cực trong lúc tôi học hỏi thêm. Và tôi luôn tìm kiếm thêm các câu trích dẫn, chiến lược và triết lý mà tôi có thể thêm vào để cải thiện tâm trí. Bất cứ khi nào bạn bắt gặp một câu trích dẫn hay triết lý giúp bạn cảm thấy như được trao quyền, và thầm nghĩ: *Chà, đó đúng là một sự cải thiện lớn đối với mình*, vậy hãy thêm nó vào danh sách những suy nghĩ tích cực của bạn.

Bắt đầu từ lúc này, quá trình lập trình của bạn có thể thay đổi và được cải thiện vào bất kỳ lúc nào. Bạn có thể lập trình lại bất cứ hạn chế nào mà bạn nhận thấy, với những niềm tin và hành vi mới, nhờ vậy, bạn có thể trở nên thành công như bạn mong muốn, trong bất kỳ lĩnh vực nào mà bạn chọn lựa.

Tóm lại, những suy nghĩ tích cực mới của bạn sẽ nêu ra kết quả vượt trội mà bạn cam kết thực hiện, lý do chúng có vai trò quan trọng đối với bạn, và quan trọng nhất là cam kết cũng như thời điểm chính xác bạn sẽ thực hiện để đảm bảo bạn sẽ đạt được, duy

trì mức độ thành công vượt bậc mà bạn thực sự mong muốn (và xứng đáng đạt được) cho cuộc đời mình.

SUY NGHĨ TÍCH CỰC ĐỂ TRỞ THÀNH NGƯỜI BÁN HÀNG DẪN ĐẦU

Bên cạnh công thức giúp bạn tạo ra những suy nghĩ tích cực của riêng mình, tôi đã để kèm dưới đây danh sách những suy nghĩ tích cực thường được những người bán hàng hàng đầu sử dụng để tăng doanh số, năng suất và cải thiện trong nhiều lĩnh vực công việc của họ. Bạn có thể sử dụng những suy nghĩ trong danh sách này nếu thấy phù hợp với bản thân:

Tôi xứng đáng và đủ khả năng đạt thành công vượt trội như bất kỳ người nào khác, và tôi sẽ chứng minh điều đó trong hôm nay với những hành động của mình.

- Tôi được sinh ra để làm những điều lớn lao và hôm nay tôi sẽ sống đúng với sứ mệnh đó.
- Bán hàng không phải là công việc xoay quanh tôi và những gì tôi muốn, mà xoay quanh việc kết nối với khách hàng tiềm năng bằng việc tìm ra điều gì là quan trọng đối với họ, và sau đó dùng sản phẩm của tôi để đáp ứng những gì họ muốn và cần.
- Nhớ rằng người ta mua hàng dựa trên cảm xúc và cảm nhận của họ như thế nào, vì vậy, công việc của tôi không phải là thuyết phục khách hàng tiềm năng rằng họ "không thể sống thiếu" sản phẩm của tôi mà là vẽ nên một bức tranh thú vị (bằng lời nói và các câu chuyện) khiến họ bị thu hút về mặt cảm xúc với việc sở hữu sản phẩm đó. Tôi sẽ khiến cho việc mua hàng của họ trở nên thú vị và dễ chịu!
- Bí quyết để thành công trong việc bán hàng là cam kết với quá trình hằng ngày của mình mà không cảm thấy bị chi phối cảm xúc về kết quả. Không phải lúc nào tôi cũng có thể kiểm soát kết quả hằng ngày của mình, nhưng chỉ cần tôi tuân thủ quá trình, khi tính bình quân, tình hình vẫn sẽ tốt, và kết quả của tôi sẽ luôn khả quan.
- Tôi cam kết sẽ gọi ít nhất … cuộc gọi đến cho khách hàng tiềm năng, từ thứ Hai đến thứ Sáu, từ … giờ sáng/chiều đến … giờ sáng/chiều, bất kể lý do gì.
- Tôi coi khách hàng và khách hàng tiềm năng là những người bạn quý, bằng việc tập trung tăng thêm giá trị cho cuộc sống của họ mà không hề suy tính vụ lợi, tôi sẽ trở

thành nhà tư vấn được họ tin cậy.

- Bởi vì tôi luôn tìm cách tăng giá trị cho mỗi người tôi gặp, nên khách hàng của tôi luôn vui vẻ giới thiệu tôi với các mối quen biết của họ. Vì vậy, tôi đủ tự tin hỏi họ và được mỗi khách hàng của mình giới thiệu thêm 5-10 người mà họ quen biết.
- Tôi tin tưởng vào sản phẩm của mình, tôi có sự tự tin tuyệt đối rằng tôi có thể giúp khách hàng giải quyết vấn đề của họ, và giúp cho cuộc sống hay công việc của họ tốt hơn.
- Tôi mang lại chất lượng dịch vụ cao cho khách hàng và đảm bảo rằng khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng.
- Tôi hồi đáp email và các cuộc điện thoại trong vòng 24 giờ.
- Mỗi ngày tôi đều tập trung học hỏi những điều mới, nâng cao kỹ năng bán hàng, và tôi cam kết mỗi tháng đọc ít nhất một hoặc hai cuốn sách mới.
- Tôi tiếp tục phát triển kiến thức về sản phẩm, và tôi đọc tin tức hằng tuần về ngành nghề của mình để tăng sức cạnh tranh.
- Tâm lý tiêu cực không tồn tại trong tôi. Tôi duy trì tâm trạng tích cực và tìm kiếm điều tốt đẹp trong mọi hoàn cảnh.
- Doanh số của tôi tăng hằng tháng, bởi vì tôi cam kết với việc nâng cao hoạt động thường xuyên và không ngừng nghỉ.
- Mỗi tuần, tôi đều dành thời gian chăm sóc mối quan hệ với khách hàng, và rất nhiều khách hàng đã quay lại để mua thêm sản phẩm.
- Đây chỉ là một số ví dụ về suy nghĩ tích cực. Bạn có thể nói ra bất kỳ suy nghĩ nào trong số này mà bạn cảm thấy phù hợp với bản thân, hoặc tạo các suy nghĩ của riêng mình và sử dụng công thức bốn bước như hướng dẫn ở các trang trước. Bất cứ điều gì mà bạn dùng cảm xúc để nhắc đi nhắc lại với bản thân đều sẽ được lập trình vào tâm trí vô thức, tạo nên những niềm tin mới và sẽ được thể hiện qua hành động của bạn.

V: VISUALIZATION (HÌNH DUNG)

Hình dung là một kỹ thuật sử dụng trí tưởng tượng của bạn để tạo ra những gì bạn muốn trong cuộc sống.

Hình dung là một thói quen nổi tiếng của các vận động viên thể thao hàng đầu, họ thường sử dụng nó để cải thiện kết quả. Nhưng

không phải ai cũng biết rằng, những người bán hàng hàng đầu cũng thường xuyên sử dụng kỹ thuật này.

BẠN HÌNH DUNG ĐIỀU GÌ?

Hầu hết những người bán hàng đều bị giới hạn do ám ảnh về kết quả trong quá khứ, họ thường nhớ lại những thất bại hay những chuyện đau lòng từng phải trải qua. Hình dung một cách sáng tạo sẽ giúp bạn tạo ra những hình ảnh có thể chiếm lấy tâm trí bạn, đảm bảo đó sẽ là những hình ảnh về một tương lai vô cùng hấp dẫn với bạn – thú vị, mới mẻ và không giới hạn.

Dưới đây tóm tắt về cách tôi sử dụng sự hình dung, tiếp sau đó là ba bước đơn giản bạn có thể dùng để tạo ra quá trình hình dung của riêng bạn.

Sau khi đọc những lời nói tích cực, tôi ngồi thẳng, mắt nhắm lại và hít thở chậm và sâu. Trong 5 đến 10 phút tiếp theo, tôi hình dung về việc những mục tiêu dài hạn của mình trở thành sự thực, sau đó hình dung chính tôi trải qua một ngày lý tưởng, thực hiện các công việc một cách nhẹ nhàng, tự tin và khoan khoái.

Ví dụ, trong những tháng tôi viết cuốn sách này, tôi thường hình dung đầu tiên là kết quả cuối cùng – mọi người đọc cuốn sách mà tôi đã hoàn thành, yêu thích nó và kể với bạn bè về nó. Sau đó tôi hình dung đến việc viết cuốn sách một cách dễ chịu, tôi tận hưởng quá trình sáng tạo đó, không hề cảm thấy căng thẳng, sợ hãi hay bế tắc. Hình dung quá trình đó là một khoảng thời gian lý thú, không bị áp lực và sợ hãi khiến tôi cảm thấy có thêm động lực để hành động và vượt qua thói quen trì hoãn. Và bây giờ, bạn đang cầm trong tay kết quả của quá trình hình dung đó. Thật ấn tượng, phải không?

Trong công việc bán hàng, bạn cũng có thể hình dung thành công trong ngắn hạn. Hãy hình dung bạn nói chuyện với khách hàng tiềm năng trong các cuộc gọi vào buổi sáng. Hãy dành thời gian tưởng tượng bạn đang trình bày cho khách hàng mới. Hoạt động đó diễn ra như thế nào? Bạn cảm thấy thế nào khi phát triển một mối quan hệ tốt? Hãy tưởng tượng bạn giải quyết vấn đề cho khách hàng. Hãy hình dung bạn ứng phó với lời từ chối và trả lời các câu hỏi. Việc hình dung trước thành công sẽ chuẩn bị cho bạn và gần như là đảm bảo cho một ngày thành công.

BA BƯỚC ĐƠN GIẢN CHO HOẠT ĐỘNG HÌNH DUNG CỦA BUỔI SÁNG DIỆU KỲ

Ngay sau khi bạn nói ra những suy nghĩ tích cực chính là thời điểm hoàn hảo để hình dung bạn làm đúng như những gì đã nói ra.

Bước 1: Chuẩn bị sẵn sàng

Một vài người thích mở nhạc không lời làm nền cho hoạt động này, ví dụ nhạc cổ điển hay Baroque (bạn thử nghe nhạc của nhà soạn nhạc J. S. Bach xem sao). Nếu bạn muốn thử nghiệm nghe nhạc trong hoạt động hình dung, hãy mở với âm lượng nhỏ.

Giờ hãy ngồi thẳng lưng với một tư thế thoải mái. Bạn có thể ngồi trên ghế thường, ghế sô-pha hay sàn nhà. Nhắm mắt lại, để tâm trí thư thái và chuẩn bị sẵn sàng hình dung.

Bước 2: Hình dung điều bạn thực sự mong muốn

Món quà lớn nhất mà bạn có thể dành cho những người bạn yêu quý là phát huy được tất cả tiềm năng của mình. Món quà đó cụ thể là gì? Bạn thực sự mong muốn điều gì? Hãy bỏ qua logic, giới hạn và thực tế. Nếu có thể đạt được bất kỳ điều gì bạn mong muốn, làm bất kỳ điều gì bạn muốn và trở thành bất kỳ người nào mà bạn ước mình có thể trở thành, thì bạn muốn đạt được điều gì? Bạn muốn làm gì? Bạn muốn trở thành ai?

Hãy hình dung những mục tiêu lớn của bạn, những mong muốn sâu sắc cùng những mơ ước thú vị nhất, những mơ ước có-thể-hoàn-toàn-thay-đổi-cuộc-đời-bạn. Hãy nhìn, cảm nhận, nghe, sờ, nếm thử và ngửi mọi chi tiết của hình ảnh mà bạn hình dung. Đưa tất cả giác quan vào đó để cảm nhận tối đa hiệu quả của điều mà bạn hình dung.

Hình ảnh mà bạn hình dung càng sống động, bạn càng mong muốn biến nó thành hiện thực.

Thử hình dung tương lai để xem những kết quả hoàn hảo do chính mình đạt được. Bạn cũng có thể nhìn vào tương lai gần – tức là cuối ngày – hoặc nhìn vào tương lai xa, như tôi đã làm khi viết cuốn sách này. Hãy hình dung bản thân đạt được những mục tiêu bạn đã đề ra, và trải nghiệm xem cảm giác sẽ tuyệt như thế nào sau khi đạt được các mục tiêu của mình.

Bước 3: Hình dung về người mà bạn muốn trở thành và bạn cần làm gì

Khi đã tạo ra trong tâm trí một hình ảnh rõ nét về điều bạn muốn,

hãy bắt đầu hình dung bạn đang làm mọi việc đúng như người mà bạn cần trở thành vẫn thường làm, để đạt được những điều bạn đã cam kết. Hãy hình dung mình đang thực hiện những hành động tích cực cần làm mỗi ngày (tập thể thao, học tập, làm việc, viết lách, gọi điện, gửi email...) và hãy đảm bảo rằng bạn yêu thích toàn bộ quá trình đó. Hãy hình dung mình mỉm cười trong lúc chạy trên máy chạy bộ với niềm tự hào vì đã tuân thủ chặt chẽ những gì đã đề ra.

Hãy hình dung ánh nhìn đầy quyết tâm của bạn khi thực hiện các cuộc gọi một cách tự tin, kiên nhẫn, viết báo cáo, và cuối cùng là hành động để đạt được tiến triển nhất định trong dự án mà bạn đã trì hoãn suốt một thời gian dài. Hãy hình dung các đồng nghiệp, khách hàng, gia đình, bạn bè và bạn đời của bạn phản ứng như thế nào trước nỗ lực cùng thái độ đầy lạc quan của bạn.

THÊM VÀI SUY NGHĨ VỀ HÌNH DUNG

Bên cạnh việc nói ra những suy nghĩ tích cực, việc hình dung vào mỗi sáng sẽ thay đổi đáng kể quá trình lập trình tâm trí vô thức của bạn để đưa bạn đến thành công. Bạn sẽ bắt đầu sống đúng với hình ảnh lý tưởng mà bạn đã đặt ra và biến nó thành sự thực.

Một số chuyên gia tin rằng việc hình dung những mục tiêu và ước mơ sẽ đưa những hình ảnh bạn nghĩ vào cuộc sống của bạn. Khi hình dung điều mình muốn, bạn khơi dậy những cảm xúc giúp tinh thần phấn chấn hơn và đưa bạn đến gần hơn với những điều bạn lên kế hoạch. Những gì bạn nhìn thấy càng sinh động và cảm nhận về cảm xúc bạn sẽ có khi đạt được mục tiêu càng mạnh mẽ, thì bạn sẽ càng có khả năng biến những điều đó thành sự thật.

Khi thực hành hình dung hằng ngày, bạn sẽ đưa những suy nghĩ và cảm nhận của mình đến gần hơn với những kế hoạch bạn đã đề ra. Điều này sẽ giúp ích cho việc duy trì động lực để bạn tiếp tục thực hiện những hành động cần thiết. Thực hành hình dung là một biện pháp hiệu quả để vượt qua những thói quen hạn chế bản thân như trì hoãn, và để thực hiện những hành động cần thiết để đạt được các mục tiêu.

E: EXERCISE (TẬP LUYỆN)

Tập luyện là một phần không thể thiếu của *Buổi sáng diệu kỳ*. Thậm chí chỉ vài phút tập luyện mỗi sáng cũng có thể giúp sức khỏe được tăng cường một cách đáng kể, cải thiện sự tự tin cùng cảm xúc của bạn, và giúp bạn suy nghĩ tốt hơn, cũng như tập

trung lâu hơn. Bạn sẽ nhận thấy rằng nhờ tập luyện, trông bạn sẽ rất năng động, và khách hàng của bạn cũng sẽ nhận thấy điều đó, thậm chí qua điện thoại.

Các chuyên gia về phát triển bản thân và những doanh nhân tự thân, những người có tài sản cá nhân lên tới hàng triệu đô-la, Eben Pagan và Anthony Robbins – những người đồng thời là đồng tác giả có sách bán chạy nhất, đều đồng ý rằng điều quan trọng nhất để đạt được thành công là "bắt đầu mỗi buổi sáng với một nghi lễ nhằm mang lại thành công cá nhân". Tập luyện vào buổi sáng là một phần của những nghi lễ mang lại thành công cho họ. Nếu điều này mang lại hiệu quả cho Eben và Anthony thì nó cũng sẽ mang lại hiệu quả cho bạn!

Nếu bạn cho rằng phải tập luyện môn gì đó như thể thao ba môn phối hợp hay marathon, hãy nghĩ lại. Nếu bạn đã có chương trình tập luyện vào buổi chiều hay tối, bạn cũng không cần thay thế chương trình đó bằng phần tập luyện buổi sáng. Bạn cũng có thể đến phòng tập sau khi thực hiện các cuộc gọi cho khách hàng. Tuy nhiên, chỉ thêm khoảng năm phút tập luyện buổi sáng sẽ đem lại những lợi ích không thể phủ nhận, bao gồm cải thiện huyết áp và đường huyết, giảm nguy cơ mắc các bệnh về tim mạch, chứng loãng xương, ung thư và tiểu đường. Quan trọng hơn cả, tập luyện một chút vào buổi sáng sẽ làm cho cơ thể tràn đầy năng lượng suốt cả ngày.

Bạn có thể chạy hay đi bộ, tập luyện tại phòng tập, tập theo chương trình tập tại nhà P90X hay Insanity DVD, theo chương trình yoga trên YouTube, hay tìm một người bạn cùng theo chương trình Life S.A.V.E.R.S. để chơi bóng vợt. Ngoài ra, cũng có một ứng dụng tên là *7 Minute Workout* (Bài tập thể dục trong 7 phút) giúp bạn rèn luyện thể lực – chắc bạn cũng đoán được – chỉ trong 7 phút. Bạn có rất nhiều lựa chọn – hãy chọn một loại và duy trì đều đặn.

Làm nghề bán hàng, bạn liên tục phải vận động. Bạn cần có một nguồn năng lượng dự trữ để nắm lấy mọi cơ hội đến với mình, và việc tập luyện vào buổi sáng sẽ mang lại cho bạn nguồn năng lượng đó.

TẬP LUYỆN GIÚP ÍCH CHO TRÍ NÃO

Dù không quan tâm về thể chất, nhưng bạn hãy xem xét điều này: tập luyện giúp bạn thông minh hơn, và điều đó sẽ giúp ích cho công việc bán hàng của bạn. Tiến sĩ Steven Masley, một bác sĩ

kiêm nhà dinh dưỡng học tại bang Florida thường chăm sóc sức khỏe cho các lãnh đạo doanh nghiệp, giải thích như sau về việc tập luyện tạo ra những kết nối trực tiếp với khả năng nhận thức:

"Khi nói về hoạt động của bộ não, yếu tố giúp dự báo tốt nhất là khả năng vận động – bạn có thể leo dốc như thế nào có mối quan hệ chặt chẽ với tốc độ của não cũng như khả năng thích ứng trong nhận thức của não bộ."

Masley đã thiết kế một chương trình rèn luyện sức khỏe trong doanh nghiệp dựa trên công trình ông đã thực hiện với hơn 1.000 bệnh nhân. "Một người tham gia chương trình này thông thường sẽ tăng tốc độ của não lên 25-30%."

Hãy tưởng tượng tốc độ hoạt động của não tăng thêm 25-30% sẽ giúp ích như thế nào trong việc tăng khả năng đáp ứng khách hàng một cách tích cực và đem lại nhiều giải pháp. Bạn có thể tăng thêm doanh số chỉ với việc có thêm nhiều cuộc trao đổi hiệu quả và năng suất với các khách hàng tiềm năng? Hãy hình dung bạn nói chuyện điện thoại sau khi tập luyện. Khi đó, trí não bạn sẽ ở trong trạng thái như thế nào? Bạn sẽ cảm thấy khác ra sao so với lúc trước? Khách hàng của bạn sẽ ghi nhận được gì từ những cuộc trao đổi đó? Điều đó sẽ tác động như thế nào đến công việc kinh doanh của bạn?

Hal chọn yoga và bắt đầu thực hành chỉ ít lâu sau khi anh đưa ra phương pháp thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*. Anh tập yoga từ đó đến nay và luôn yêu thích bộ môn này. Tôi thì thường tập luân phiên yoga, máy tập thể hình và một số bài tập với tạ không dùng máy. Tôi thích tập luyện theo nhiều hình thức khác nhau. Bạn hãy tìm hình thức tập phù hợp và biến nó trở thành một phần trong *Buổi sáng diệu kỳ* của bạn.

THÊM VÀI SUY NGHĨ VỀ TẬP LUYỆN

Bạn biết rằng nếu muốn duy trì sức khỏe tốt và tăng cường năng lượng, bạn phải tập luyện đều đặn. Điều này mọi người đều biết. Nhưng điều nhiều người cũng biết là người ta thật dễ dàng tìm cớ thoái thác. Hai lý do thường được đưa ra nhất là "Tôi không có thời gian" và "Tôi mệt". Và đó mới chỉ là hai trong cả một danh sách lý do. Số lượng lý do mà bạn nghĩ ra có thể là vô tận. Và càng sáng tạo thì bạn càng tìm ra nhiều lý do thoái thác!

Đó chính là cái hay của việc lồng ghép tập luyện vào *Buổi sáng diệu kỳ* của bạn – tập luyện trước khi một ngày làm việc vắt kiệt

sức của bạn, và trước khi bạn có cả một ngày để tìm ra những cớ thoái thác mới! Vì điều này xảy ra trước tiên, *Buổi sáng diệu kỳ* thực sự là cách tốt để tránh những lý do đó, và để trở thành một thói quen hằng ngày.

Lời nhắn nhủ: Bạn nên tham khảo ý kiến bác sĩ trước khi bắt đầu bất kỳ hình thức tập luyện nào. Đặc biệt, nếu bạn cảm thấy đau, không thoải mái, hoặc bạn là người khuyết tật… thì có thể bạn phải dừng việc tập luyện hoặc phải điều chỉnh lại cho phù hợp với những nhu cầu sức khỏe của riêng mình.

R: READING (ĐỌC)

Một trong những cách để đạt được mọi điều bạn muốn là làm theo những người thành công. Với mọi mục tiêu của bạn, có khả năng là một chuyên gia nào đó đã đạt được điều tương tự như vậy. Như Tony Robbins từng nói, luôn có những dấu hiệu nhận biết để đi đến thành công.

Thật may mắn là trong suốt lịch sử, đã có những người thành công nhất viết lại và chia sẻ câu chuyện của họ. Như vậy, những bài viết về thành công đã có sẵn, chỉ chờ đợi những ai sẵn sàng dành thời gian đọc chúng. Sách là một nguồn hỗ trợ và tư vấn vô hạn, và luôn có sẵn.

Nếu bạn nghĩ rằng *Ờ, ừm, đừng đọc những cuốn sách hướng dẫn thành công*, thì bạn không biết được rằng mình đã để lỡ những gì! Sách là kho tàng kiến thức được phát triển vô tận, những ý tưởng có thể thay đổi cuộc sống, và những trải nghiệm từ những người thông minh, thành đạt nhất thế giới. Có người nào trí óc bình thường mà lại quyết định không tận dụng những điều đó?

Bạn muốn trở thành một người bán hàng kiếm được hàng triệu đô-la? Bạn muốn tạo dựng mối quan hệ tốt hơn với khách hàng? Bạn có muốn được khách hàng giới thiệu cho những khách hàng mới? Bạn muốn nâng kỹ năng bán hàng lên mức điểm 10?

Ngoài cuốn sách này, còn có rất nhiều cuốn sách khác, do những người thành công vượt trội trong nghề bán hàng viết. Dưới đây là những cuốn chúng tôi yêu thích:

- *High Trust Selling* (tạm dịch: *Bán hàng dựa trên niềm tin*) của Todd Duncan
- *Influence (Những đòn tâm lý trong thuyết phục*[8]*)* của Robert B. Cialdini

- *The Sales Bible (Kinh thánh về nghệ thuật bán hàng)* của Jeffrey Gitomer
- *The 10X Rule* (*Quy tắc 10X)* của Grant Cardone
- *7L: The Seven Levels of Communication* (tạm dịch: *7L: 7 cấp độ của giao tiếp*) của Michael J. Maher
- *The Greatest Salesman in the World (Người bán hàng vĩ đại nhất thế giới)* của Og Mandino
- *The SPEED of Trust (Tốc độ của niềm tin)* của Stephen M. R. Covey
- *Go for No!* (tạm dịch: *Gia tăng tỷ lệ thất bại để dẫn tới thành công sau cùng)* của Richard Fenton và Andrea Waltz

Sách về tư duy:

- *The One Thing (Điều ý nghĩa nhất trong từng khoảnh khắc cuộc đời[9])* của Gary Keller và Jay Papasan
- *The Game of Life and How to Play It* (tạm dịch: *Trò chơi cuộc đời và làm sao để tham dự)* của Florence Scovel Shinn
- *The Compound Effect* (tạm dịch: *Hiệu ứng cộng hưởng)* của Darren Hardy
- *Taking Life Head On* (tạm dịch: *Đối mặt với cuộc sống)* của Hal Elrod
- *Think and Grow Rich (13 nguyên tắc nghĩ giàu, làm giàu)* của Napoleon Hill

Ngoài tìm kiếm thành công về doanh số, bạn có thể phát triển các mối quan hệ của mình, nâng cao sự tự tin, cải thiện kỹ năng giao tiếp và thuyết phục, học cách trở nên mạnh khỏe, và cải thiện bất kỳ lĩnh vực nào khác của cuộc sống. Hãy tới hiệu sách tại khu vực bạn sống – hoặc như tôi, vào Amazon.com – và bạn sẽ tìm được nhiều sách về bất kỳ lĩnh vực nào trong cuộc sống mà bạn muốn cải thiện, nhiều hơn mức bạn tưởng tượng.

Bạn có thể vào trang TMMBook.com, mục Recommended Reading (Khuyến nghị đọc) để tìm danh sách đầy đủ những cuốn sách về phát triển bản thân mà chúng tôi yêu thích, trong đó có những cuốn đem lại tác động lớn nhất đến thành công và hạnh phúc của chúng tôi.

BẠN NÊN ĐỌC BAO NHIÊU?

Tôi cho rằng bạn nên có cam kết đọc ít nhất 10 trang sách mỗi

ngày (nếu bạn đọc chậm hoặc chưa yêu thích việc đọc sách, bạn có thể bắt đầu với 5 trang mỗi ngày).

Tôi biết rằng 10 trang thì chưa phải là nhiều lắm. Nhưng hãy thử tính toán xem. Mỗi ngày đọc 10 trang thì mỗi năm bạn đọc được 3.650 trang. Con số đó tương đương với khoảng 18 cuốn sách về phát triển bản thân hay kỹ năng hoàn thiện bản thân, mỗi cuốn 200 trang! Và mỗi lần bạn chỉ cần dành ra 10-15 phút để đọc, hoặc khoảng 15-30 phút nếu bạn đọc chậm.

Và tôi muốn hỏi bạn, nếu đọc 18 cuốn sách về phát triển bản thân hay về kỹ năng bán hàng trong vòng một năm tới, bạn có nghĩ rằng bạn sẽ trở nên hiểu biết hơn, có năng lực tốt hơn, và tự tin hơn không? Bạn có nghĩ rằng bạn sẽ trở thành một phiên bản tốt hơn của chính mình không? Tất nhiên rồi! Đọc 10 trang sách mỗi ngày sẽ không hủy hoại bạn, thay vào đó, sẽ làm cho bạn trở nên tốt hơn.

THÊM VÀI SUY NGHĨ VỀ ĐỌC

Hãy bắt đầu với việc suy nghĩ về thời điểm bạn đọc xong cuốn sách – bạn mong muốn thu nhận được gì từ cuốn sách? Hãy dành chút thời gian ngẫm nghĩ xem bạn muốn đạt được gì từ cuốn sách.

- Nhiều người thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* sử dụng thời gian đọc sách của họ để đọc sách tôn giáo, như Kinh Thánh hay Kinh Torah.
- Đừng ngại gạch chân, khoanh tròn, gập mép sách để đánh dấu hay ghi chú bên lề cuốn sách này. Việc đánh dấu như vậy sẽ giúp bạn trở lại và ghi nhận những bài học, ý tưởng quan trọng hay ích lợi khác bất cứ lúc nào bạn muốn mà không cần đọc lại từ đầu. Nếu đọc trên thiết bị điện tử như Kindle, Nook hay iBook, bạn cũng có thể ghi chú và đánh dấu một cách dễ dàng, nhờ đó, bạn cũng có thể xem lại mỗi khi giở sách, hoặc bạn cũng có thể mở thẳng đến danh sách các ghi chú và mục mà bạn đã đánh dấu.
- Tóm tắt các ý chính, những suy ngẫm sâu sắc và những đoạn đáng nhớ vào sổ tay. Bạn có thể tự tạo nên bản tóm tắt những cuốn sách yêu thích, nhờ vậy, bạn có thể xem lại nội dung chính chỉ trong vài phút vào bất cứ lúc nào.
- Đọc lại những cuốn sách hay về phát triển bản thân là việc ít người làm, nhưng đây lại là một chiến lược hiệu quả. Bạn hiếm khi có thể tiếp thu tất cả giá trị của một cuốn sách khi

chỉ đọc một lần. Để hoàn toàn nắm bắt kiến thức ở bất kỳ lĩnh vực nào cũng cần có quá trình lặp đi lặp lại. Tôi đã đọc những cuốn sách như *13 nguyên tắc nghĩ giàu, làm giàu* khoảng ba lần và thường xem lại trong suốt cả năm. Sao bạn không thử làm vậy với cuốn sách này nhỉ? Hãy cam kết đọc lại cuốn sách ngay sau khi bạn đọc xong, để quá trình học hỏi của bạn trở nên sâu sắc hơn và cho bản thân thêm thời gian để làm chủ *Buổi sáng diệu kỳ*.

- Hãy tận dụng những bước hành động và kế hoạch hành động được đưa ra trong các cuốn sách bạn đọc. Dù đọc là cách tốt để học hỏi những chiến lược mới, nhưng việc ghi nhớ và thực hành mới thực sự cải thiện cuộc sống và công việc của bạn. Bạn có cam kết thực hiện những gì bạn đã học được bằng việc thực hiện các hoạt động, và theo đuổi ít nhất một trong những thử thách của Thử thách Thay đổi Cuộc sống trong 30 ngày ở cuối mỗi chương?

S: SCRIBING (VIẾT)

Scribe (viết) thực ra chỉ là một từ đồng nghĩa với write (viết) (cảm ơn từ điển đồng nghĩa, trái nghĩa thesaurus). Tôi thường viết vào sổ ghi chép khoảng 5-10 phút trong thời gian thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, thường là trong lúc đọc sách, và trong lúc suy ngẫm. Bằng cách viết ra những suy nghĩ, bạn sẽ thu nhận được những suy nghĩ quý giá mà nếu không viết ra, có thể bạn sẽ để nó trôi qua mất.

Phần viết trong *Buổi sáng diệu kỳ* giúp bạn ghi lại những suy ngẫm, ý nghĩ, những ý tưởng đột phá, những điều bạn nhận ra, thành công và những bài học mà bạn thu nhận được, cũng như những cơ hội, những kỹ năng phát triển bản thân hay cải thiện bản thân. Hãy ghi lại những thế mạnh của bạn trong công việc bán hàng, điều gì bạn đã làm tốt trong lúc bán hàng qua điện thoại và trong các cuộc gặp mặt, và bổ sung bất cứ điều gì đặc biệt mà bạn muốn ghi nhớ và cần cải thiện.

Nếu giống Hal, có lẽ bạn cũng từng có ít nhất vài cuốn sổ ghi chép mới sử dụng một nửa hay chưa hề sử dụng. Phải đến khi bắt đầu thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* thì việc ghi chép mới trở thành một thói quen mà anh ấy yêu thích. Như Anthony Robbins từng nói, "Một cuộc đời đáng sống là cuộc đời đáng để ghi lại".

Ghi chép sẽ mang lại cho bạn những lợi ích hằng ngày với việc định hướng cho suy nghĩ, nhưng điều quan trọng hơn là những suy ngẫm bạn có được khi xem lại sổ ghi chép, nhất là vào mỗi dịp

cuối năm.

Thật khó để diễn đạt hết bằng lời việc xem lại sổ ghi chép có thể hữu ích đến thế nào. Đồng tác giả *The Miracle Morning for Real Estate Agents* (tạm dịch: *Buổi sáng diệu kỳ dành cho người môi giới bất động sản*), Michael Maher là một người thực hành Life S.A.V.E.R.S một cách tận tâm và hoàn toàn tự nhiên. Một phần trong thói quen buổi sáng của Michael là ghi lại những lời đánh giá tốt cùng những suy nghĩ tích cực, và ông gọi đó là Cuốn sách phúc lành. Michael nói như sau:

"Khi bạn đánh giá tích cực về mọi việc thì chính điều đó sẽ tác động tích cực lên bạn. Đã đến lúc chúng ta bỏ lại những điều chúng ta mong muốn nhưng là bất khả thi và thay thế vào đó là mong muốn những điều chúng ta có thể đạt được. Hãy viết ra những điều đánh giá tích cực, cảm thấy biết ơn, và bạn sẽ có thêm nhiều điều mà bạn mong mỏi – những mối quan hệ tốt hơn, đạt được thêm nhiều thành tựu, cũng như cảm thấy hạnh phúc hơn."

Việc viết ra những điều bạn đánh giá tích cực sẽ cho bạn thêm sức mạnh và việc xem lại những ghi chép này có thể thay đổi cách nhìn của bạn về một ngày có nhiều khó khăn.

Có rất nhiều lợi ích từ việc ghi chép hằng ngày, nhưng dưới đây là một số lợi ích mà tôi yêu thích. Bằng việc ghi chép hằng ngày, bạn sẽ:

Nắm bắt được mọi việc một cách rõ ràng – Ghi chép giúp bạn hiểu rõ và nắm bắt được mọi việc rõ ràng hơn, giúp bạn động não và giải quyết vấn đề.

- Nắm bắt ý tưởng – Bạn sẽ nắm bắt và có khả năng mở rộng ý tưởng, ghi chép giúp bạn tránh để lọt các ý tưởng quan trọng mà bạn đang để dành cho một thời điểm phù hợp trong tương lai.
- Xem lại các bài học – bằng việc ghi chép, bạn có một nguồn tham khảo và xem lại tất cả những kinh nghiệm mà bạn đã học được.
- Ghi nhận sự tiến bộ – Thật tuyệt khi xem lại các mục trong sổ ghi chép từ một năm trước và thấy được bạn đã tiến bộ như thế nào. Đây là một trong những trải nghiệm thú vị, thúc đẩy sự tự tin và tạo cảm giác trao quyền nhất. Không dễ có được điều này với các cách làm khác.

GHI CHÉP MỘT CÁCH HIỆU QUẢ

Dưới đây là những bước đơn giản để bắt đầu ghi chép hoặc cải thiện quá trình ghi chép hiện nay của bạn.

Chọn dạng thức: Ghi chép vào sổ hoặc trên thiết bị điện tử. Bạn nên quyết định ngay từ đầu bạn muốn làm theo cách truyền thống là viết sổ tay hay viết trên thiết bị điện tử (như trên máy tính hay ứng dụng cho điện thoại, hoặc máy tính bảng). Cách đơn giản nhất để quyết định là cân nhắc xem bạn muốn viết tay hay gõ bàn phím.

1. Chuẩn bị sổ ghi chép. Hầu như dùng gì để viết cũng được, nhưng khi viết sổ tay, bạn nên tìm một cuốn sổ bền, đẹp và cảm thấy thích thú khi sử dụng. Trong điều kiện lý tưởng, có thể là bạn sẽ dùng cuốn sổ đó cả đời. Tôi cho rằng bạn nên tìm một cuốn sổ không chỉ có dòng kẻ mà còn có cả ngày tháng, cũng như đủ chỗ để viết suốt 365 ngày trong năm. Tôi thấy rằng sổ ghi chép cần có phần đề sẵn ngày tháng để tránh việc bị bỏ lỡ một hay hai ngày.

   DƯỚI ĐÂY LÀ MỘT SỐ LOẠI SỔ GHI CHÉP MÀ TÔI ƯA THÍCH:

   - *Nhật ký 5 phút* (FiveMinuteJournal.com) đã trở thành một loại sổ ghi chép mà những người làm việc hiệu quả rất ưa thích. Loại sổ này có dạng thức chi tiết cho mỗi ngày, cung cấp sẵn cho bạn các gợi ý, như "Tôi cảm thấy biết ơn về...". và "Điều gì sẽ khiến hôm nay trở nên tuyệt vời?" Bạn thực sự chỉ mất 5 phút hay ít hơn để viết, và trong sổ cũng có mục "Buổi tối" để bạn xem lại cả ngày của mình.
   - *Nhật ký Buổi sáng diệu kỳ* (có trên Amazon hay MiracleMorningJournal.com) được thiết kế riêng biệt nhằm tăng cường và hỗ trợ chương trình *Buổi sáng diệu kỳ* của bạn, và giúp bạn trở nên ngăn nắp hơn, dễ dàng theo dõi việc áp dụng Life S.A.V.E.R.S. mỗi ngày. Bạn cũng có thể tải miễn phí bản mẫu *Nhật ký Buổi sáng diệu kỳ* tại TMMbook.com để biết chắc nó có phù hợp với mình không.
   - *BulletJournal.com.* không phải là loại sổ có bán sẵn mà là một hệ thống sổ ghi chép có thể tích hợp được vào loại sổ mà bạn đã chọn.

   Nếu bạn thích sử dụng sổ ghi chép điện tử hơn, có rất nhiều lựa chọn dành cho bạn. Dưới đây là một số loại mà tôi ưa

thích:

- *Nhật ký 5 phút* (FiveMinuteJournal.com) cũng có ứng dụng dành cho iPhone, với cùng định dạng của sổ viết tay, nhưng có thêm tin nhắn nhắc bạn ghi chép vào buổi sáng và tối. Ứng dụng này cũng cho phép bạn tải ảnh lên để tạo các mục ghi nhớ bằng hình ảnh.
- *One Day* (OneDayApp.com) là một ứng dụng ghi chép rất phổ biến và nếu bạn không muốn có sẵn cấu trúc hay giới hạn với việc ghi chép dài hay ngắn thì đây là một công cụ hoàn hảo. One Day có trang trắng, nếu bạn muốn viết các đề mục dài, thì ứng dụng này rất phù hợp.
- *Penzu* (Penzu.com) là một loại nhật ký trực tuyến cũng được rất nhiều người sử dụng. Bạn không cần tới iPhone, iPad hay thiết bị Android. Tất cả những gì bạn cần là một chiếc máy tính.

Việc chọn hình thức ghi chép nào phụ thuộc hoàn toàn vào sở thích của bạn và các tính năng mà bạn cần. Hãy gõ "online journal" (ghi chép/nhật ký trực tuyến) vào Google hay "Journal" (ghi chép/nhật ký) vào App store, và bạn sẽ có rất nhiều lựa chọn.

ĐIỀU CHỈNH LIFE S.A.V.E.R.S.

Tôi muốn chia sẻ một số ý tưởng cụ thể về việc điều chỉnh cách sử dụng Life S.A.V.E.R.S. theo lịch trình và sở thích của bạn. Lịch trình buổi sáng của bạn có thể chỉ cho phép dành ra 6 phút, 20 phút hay 30 phút cho *Buổi sáng diệu kỳ*, hoặc bạn có thể thực hiện với thời gian lâu hơn vào các ngày cuối tuần.

Dưới đây là ví dụ về trình tự thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* trong vòng 60 phút và sử dụng Life S.A.V.E.R.S.

Tĩnh lặng: 10 phút; Nói ra những suy nghĩ tích cực: 10 phút; Hình dung: 5 phút; Tập luyện: 10 phút; Đọc: 20 phút; Viết: 5 phút.

Bạn có thể điều chỉnh trình tự thực hành. Một vài người thích tập luyện trước, như một cách để tăng tuần hoàn máu và thật sự tỉnh ngủ. Tuy nhiên, bạn có thể chuyển tập luyện thành hoạt động cuối cùng trong Life S.A.V.E.R.S., theo cách đó, bạn sẽ không bị đổ mồ hôi trong quá trình thực hành

Buổi sáng kỳ diệu. Cá nhân tôi thường bắt đầu bằng một khoảng thời gian tĩnh lặng, nhẹ nhàng để từ từ tỉnh dậy, giúp trí óc tỉnh táo và tập trung năng lượng cũng như các ý tưởng. Tôi thường tập luyện sau cùng để sau đó đi tắm và bắt đầu công việc trong ngày. Tuy nhiên, đây là chương trình *Buổi sáng diệu kỳ* của bạn, không phải của tôi, bạn hãy thoải mái thử nghiệm các trình tự khác nhau và xem bạn thích trình tự nào nhất.

THÊM VÀI SUY NGHĨ VỀ LIFE S.A.V.E.R.S.

Mọi thứ đều khó khăn trước khi trở nên dễ dàng. Mỗi trải nghiệm mới đều không mấy thoải mái trước khi trở nên quen thuộc. Bạn càng thực hành Life S.A.V.E.R.S. thường xuyên thì mỗi lần thực hành sẽ trở nên tự nhiên và thoải mái hơn. Hal đã định từ bỏ sau lần đầu tiên thiền, tâm trí anh "chạy" như một chiếc xe Ferrari và các ý nghĩ xoay vần không thể kiểm soát, chúng giống như những viên kim loại trong trò chơi pinball. Giờ anh ấy yêu thích thiền và dù chưa phải xuất sắc, nhưng anh ấy đã thực hành thiền khá tốt.

Tương tự như vậy, lần đầu tập yoga, tôi hết sức lúng túng. Cơ thể tôi không linh hoạt, tôi không thể thực hiện các tư thế một cách chính xác, tôi cảm thấy rất kỳ quặc và không thoải mái. Giờ đây, yoga là một trong những môn tập mà tôi yêu thích và tôi mừng là đã gắn bó với bộ môn này.

Tôi mời bạn cùng tham gia thực hành Life S.A.V.E.R.S., bạn sẽ cảm thấy quen thuộc, thoải mái với mỗi bước trong đó và làm quen dần trước khi bắt đầu Thử thách Thay đổi Cuộc sống trong 30 ngày với *Buổi sáng diệu kỳ* ở Chương 11.

Nếu mối lo lắng lớn nhất của bạn vẫn là cần phải có thời gian, thì bạn đừng lo. Bạn có thể thực hành toàn bộ *Buổi sáng diệu kỳ* – đạt được tất cả lợi ích từ sáu bước của Life S.A.V.E.R.S. – chỉ trong sáu phút mỗi ngày! Hãy thực hiện mỗi bước của Life S.A.V.E.R.S. trong một phút: nhắm mắt và tận hưởng giây phút tĩnh lặng, hình dung bạn đã đạt được mục tiêu, nói ra những suy nghĩ tích cực (hay nhắc đi nhắc lại suy nghĩ tích cực mà bạn yêu thích). Bạn có thể bật nhảy vài lần, chống đẩy hay thực hiện vài động tác tập cơ bụng (crunch), rồi lấy một cuốn sách và đọc một đoạn, sau đó ghi lại một vài suy nghĩ của bạn vào sổ tay. Sáu phút này sẽ giúp bạn chuẩn bị tốt cho ngày mới – và bạn có thể thực hành lặp lại vào bất cứ thời gian nào trong ngày, hoặc bất cứ lúc nào

bạn có cơ hội.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— MARIANA PRYHUBER

Tư vấn bán hàng, Paperly

Mariana đã trở thành một nhà sản xuất hàng đầu chỉ trong vài năm ngắn ngủi làm việc tại Paperly, chuyên cung cấp các sản phẩm bằng giấy tùy chỉnh theo nhu cầu của khách hàng, như thiệp và đồ dùng văn phòng theo nhu cầu cá nhân. Dù mới làm việc trong lĩnh vực bán hàng chưa lâu, cô đã có kinh nghiệm thực hiện thương vụ cho các cửa hàng bán lẻ lớn và có khát vọng không ngừng cải thiện chuyên môn, không có gì bất ngờ khi cô trở thành một trong những người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu, dù chỉ là nhân viên làm bán thời gian.

Mariana nhận ra tầm quan trọng của việc phát triển bản thân và hiểu về nhu cầu duy trì tâm lý tích cực. “Để bắt đầu và kết thúc một ngày theo cách tích cực, tôi chuẩn bị sẵn một số suy nghĩ tích cực và viết chúng lên gương. Tôi nhìn thấy và nhắc lại những suy nghĩ đó mỗi buổi sáng và tối. Tôi cũng muốn dành ra vài phút mỗi ngày và tập trung vào những điều khiến tôi cảm thấy biết ơn.”

Mariana không phải là người thiếu tự tin, nhưng cô tự trang bị để tránh cảm giác sợ hãi và thất bại bằng cách sử dụng những câu nói tích cực có sức mạnh hằng ngày. Cô sử dụng những câu nói đó nhằm đặt ra các kỳ vọng cho một ngày mới, để nhớ rằng cô đã có cảm giác biết ơn về điều gì, và để có sức mạnh cũng như mục tiêu cho ngày mới.

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— TIẾN SĨ TODD BOGGS

Chủ sở hữu, Công ty Chiropractic Concepts

Trước khi đọc *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi luôn cho rằng mình đã có một cuộc sống thành công ở nhiều mức độ, nhưng tôi có cảm giác mình có thể đạt được nhiều hơn nữa. Dường như tôi đã lãng phí thời gian cùng nỗ lực, và không đạt được nhiều điều như bản thân mong muốn.

Tôi muốn nói lời cảm ơn cuốn sách của các bạn, và về những gì cuốn sách đã giúp tôi đạt được trong vòng ba tháng đầu tiên tôi thực hành theo hướng dẫn. Trong hai tháng vừa qua, tôi thu về thêm 30.000 đô-la so với năm trước, và sự khác biệt duy nhất là tôi đã sử dụng Life S.A.V.E.R.S. hằng ngày. Tôi đã tập trung, cũng như có kỷ luật hơn, yêu thích đọc sách hơn, và không ngừng hoàn thiện bản thân để trở thành người tốt nhất trong khả năng của mình.

Vợ chồng tôi đã mua 30 cuốn *Buổi sáng diệu kỳ* để tặng cho học sinh mới tốt nghiệp phổ thông trong năm nay, những người đã thông báo với chúng tôi về lễ tốt nghiệp của họ.

Tôi mong rằng sẽ có thêm nhiều *Buổi sáng diệu kỳ* trong thời gian tới đây! Tôi cảm thấy không gì có thể ngăn trở chúng ta đến với thành công và tôi hào hứng với việc ra khỏi giường bắt đầu ngày mới. Tôi luôn biết rằng các bước thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* có vai trò quan trọng, nhưng không biết làm thế nào để thực hiện một cách chính xác, cho đến khi tôi đọc *Buổi sáng diệu kỳ.* Tôi nóng lòng muốn biết tương lai sẽ mang lại những gì cho tôi cũng như hiệu suất công việc mà tôi mới có được này.

Chương 4

Nguyên lý bán hàng không phải ai cũng biết: #1: lãnh đạo bản thân

"Thắng được người khác là sức mạnh.

Thắng được chính mình mới là kiên cường."

— LÃO TỬ

Là người bán hàng, vì vậy, bạn hiểu rất rõ việc thuyết phục người khác về một điều gì đó khó đến thế nào (thật ra là không thể thuyết phục được), trừ khi tự mình thuyết phục mình về điều đó. Xét cho cùng, những người bán hàng đều là làm công việc giải quyết vấn đề. Công việc của bạn là giúp mọi người giải quyết các vấn đề của họ bằng cách đưa ra những giải pháp hiệu quả, và thường đã được điều chỉnh sao cho phù hợp với họ. Nếu không tin tưởng một sản phẩm hay dịch vụ bất kỳ nào, bạn không thể bán sản phẩm hay dịch vụ đó.

Nhưng có lẽ bạn không nhận ra rằng, là một người bán hàng, bạn cũng là một nhà lãnh đạo. Bạn dẫn dắt khách hàng tiềm năng của mình đưa ra quyết định mua hàng tốt nhất bằng cách hướng dẫn họ thông qua quá trình bán hàng của mình. Và bạn cũng không thể bán một mặt hàng nếu bạn không tin tưởng mặt hàng đó, bạn không thể dẫn dắt người khác nếu bạn không biết cách lãnh đạo chính mình.

Để tìm kiếm hạnh phúc và thành công mà bạn mong muốn và xứng đáng có được, bạn phải nắm vững những nguyên lý chủ chốt về lãnh đạo bản thân. Nói cách khác, để phát triển doanh số,

bạn cần phát triển bản thân.

Như Andrew Bryant, đồng sáng lập Self-Leadership International, đã tóm lược, "Lãnh đạo bản thân là việc thực hành một cách có chủ ý việc tạo ảnh hưởng lên suy nghĩ, cảm xúc và hành vi để đạt được các mục tiêu. Đó là nhận thức về việc bạn là ai, bạn có thể làm gì, và bạn đang hướng đến điều gì, kết hợp với khả năng tạo ảnh hưởng lên giao tiếp, cảm xúc và hành vi của bạn trên đường đạt được các mục tiêu."

Trước khi giới thiệu những nguyên lý lãnh đạo bản thân, tôi muốn chia sẻ với bạn phát hiện mới của tôi về vai trò quan trọng của tư duy trong việc tạo nền tảng cho khả năng lãnh đạo bản thân một cách hiệu quả. Những niềm tin trước đây của bạn, khả năng tự đánh giá bản thân, khả năng hợp tác và dựa vào người khác trong những thời điểm quan trọng sẽ có ảnh hưởng tới khả năng lãnh đạo bản thân.

CÓ Ý THỨC VÀ BIẾT NGHI NGỜ NHỮNG GIỚI HẠN BẠN TỰ ĐẶT RA

Có thể bạn đang giữ khư khư những niềm tin sai lầm gây hạn chế cho bản thân, và một cách vô thức, những niềm tin này cản trở khả năng đạt được mục tiêu doanh số của bạn.

Ví dụ, bạn có thể nhắc đi nhắc lại rằng: "Tôi ước mình có động lực làm việc hơn" hay "Giá như tôi có kỹ năng đặt lịch hẹn tốt hơn" nhưng thực tế, bạn có nhiều khả năng tạo ra động lực và đạt được nhiều lịch hẹn với các khách hàng tiềm năng. Nghĩ rằng mình thiếu năng lực sẽ chỉ dẫn đến thất bại và ngăn trở bạn đạt được thành công.

Người có khả năng lãnh đạo bản thân hiệu quả thường xem xét rất kỹ những niềm tin của chính mình và quyết định niềm tin nào có ích, và loại bỏ những niềm tin bất lợi.

Khi bạn thấy rằng mình bắt đầu có những niềm tin khiến bản thân bị hạn chế, từ "Tôi không có đủ thời gian" đến "Tôi sẽ không bao giờ làm được", hãy dừng lại và biến những suy nghĩ gây hạn chế bản thân thành những câu hỏi mang tính trao quyền, như "*Liệu tôi có thu xếp được thêm thời gian trong lịch trình không nhỉ? Làm việc đó như thế nào nhỉ*?"

Bằng cách này, bạn sẽ tận dụng được sức sáng tạo tiềm tàng và tìm ra cách để thực hiện mọi việc. Khi bạn có quyết tâm, thì sẽ luôn có cách.

ĐÁNH GIÁ BẢN THÂN TỐT HƠN NHỮNG GÌ BẠN VẪN NGHĨ

Như Hal đã viết trong cuốn *Buổi sáng diệu kỳ*, hầu hết chúng ta đều mắc Hội chứng kính chiếu hậu (Rearview Mirror Syndrome), khiến những gì xảy ra trong quá khứ gây ra hạn chế đối với kết quả trong hiện tại và tương lai. Bạn phải nhớ rằng dù *hiện tại của bạn là kết quả của quá khứ, nhưng tương lai của bạn hoàn toàn phụ thuộc vào cách bạn chọn hướng đi từ chính lúc này trở đi.*

Tất cả những người bán hàng thành công – đặc biệt là những người nằm trong 1% dẫn đầu của bất kỳ công ty hay ngành nghề nào – ở một thời điểm nào đó, họ đều quyết định nhìn nhận về bản thân mình một cách tích cực hơn những gì họ đã nghĩ trong quá khứ. Họ từ bỏ những niềm tin khiến họ bị giới hạn bởi quá khứ, và bắt đầu tạo lập những niềm tin dựa trên *tiềm năng* không giới hạn của mình.

Một trong những cách tốt nhất để làm được điều này là thực hiện công thức gồm bốn bước nhằm tạo ra các suy nghĩ tích cực như đã được giới thiệu trong Chương 3. Hãy đảm bảo rằng bạn sẽ tạo ra những suy nghĩ tích cực nhằm khẳng định những gì bạn có thể thực hiện và nhắc nhở bạn về việc bạn đã cam kết sẽ trở thành người như thế nào.

CHỦ ĐỘNG TÌM KIẾM SỰ HỖ TRỢ

Tôi đã tư vấn cho hàng trăm người thông qua quá trình xác định những lĩnh vực mà họ có thế mạnh và điểm yếu, giúp họ hiểu những tài năng cũng như năng lực bẩm sinh mà họ có và dành cho họ sự hỗ trợ khi cần. Tôi đã phát hiện ra rằng những người có khó khăn hơn cả thường hay chịu đựng trong im lặng: họ cho rằng những người khác có khả năng hơn và thường sẽ từ chối tìm kiếm sự giúp đỡ hay hỗ trợ.

Nếu bạn cũng là người như vậy, thì có lẽ điều này sẽ giúp ích: mỗi người mà chúng tôi phỏng vấn trong quá trình viết cuốn sách này đều không chỉ là một người thành công thuộc nhóm 1% dẫn đầu, mà họ đều có một đội ngũ hỗ trợ. Họ biết mình làm tốt và chưa tốt ở đâu. Cuối cùng, họ không chỉ chấp nhận những khoảng cách và tìm ra giải pháp, mà họ còn vui vẻ chấp nhận sự thật rằng không phải khía cạnh nào họ cũng có thể xử lý một cách hoàn hảo.

Những người lãnh đạo bản thân tốt biết rằng họ cần một đội ngũ hỗ trợ để có thể hoàn thành công việc. Ví dụ, bạn có thể cần đến sự hỗ trợ từ bộ phận hành chính để giúp làm những phần việc mà

bạn làm tốt nhất: chốt các hợp đồng bán hàng! Có thể bạn sẽ cần đến sự hỗ trợ để đảm bảo bạn sẽ làm những việc cần làm thay vì trì hoãn. Tất cả chúng ta đều cần sự hỗ trợ trong những lĩnh vực khác nhau của cuộc sống, một người lãnh đạo bản thân tốt hiểu và sử dụng điều đó theo cách mang lại nhiều lợi ích.

NĂM NGUYÊN LÝ CỐT LÕI CỦA LÃNH ĐẠO BẢN THÂN

Để phát triển và trở thành một người bán hàng hàng đầu, bạn cần trở thành một người lãnh đạo bản thân hàng đầu. Biện pháp mà tôi ưa thích nhằm tăng hiệu quả học hỏi và giảm thời gian để đạt tới nhóm 1% dẫn đầu là tìm hiểu, học hỏi tính cách và hành vi của những người đã đạt đến đỉnh cao.

Trong 15 năm làm việc trong ngành bán hàng, tôi đã thấy nhiều nhà lãnh đạo và vô số nguyên lý hiệu quả. Dưới đây là năm nguyên lý mà tôi tin rằng sẽ giảm được số năm tháng bạn cần để đạt được nghệ thuật lãnh đạo bản thân:

1. Nhận trách nhiệm 100%

2. Tiến tới tự do tài chính

3. Ưu tiên sức khỏe

4. Hệ thống hóa thế giới của bạn

5. Cam kết với quá trình của bạn

NGUYÊN LÝ 1: NHẬN TRÁCH NHIỆM 100%

Có một sự thật khắc nghiệt thế này: Nếu bạn không đạt được cuộc sống mà bạn mong muốn, đó hoàn toàn là lỗi của bạn.

Càng sớm thấu hiểu thực tế đó bạn càng nhanh chóng bắt đầu tiến về phía trước. Tôi không có ý tỏ ra khắc nghiệt, nhưng những người bán hàng thành công nhất trên thế giới thường không đổ lỗi cho hoàn cảnh. Thực tế, một trong những lý do họ thành công là họ chịu trách nhiệm hoàn toàn, tất cả và tuyệt đối về mọi chuyện trong cuộc sống của mình, dù đó là vấn đề cá nhân hay nghề nghiệp, tốt hay xấu, liên quan đến công việc của họ hay của ai khác.

Trong lúc những người khác lãng phí thời gian để đổ lỗi và phàn nàn, những người thành công dành thời gian để tạo ra kết quả và giá trị cho cuộc sống của họ. Trong lúc những người bán hàng

hạng trung than phiền với quản lý là khách hàng của họ không mấy dư dả, những người bán hàng thành công nhận lấy trách nhiệm tìm kiếm những khách hàng có điều kiện về tài chính. Và họ biến những khách hàng tiềm năng thành khách hàng thực sự.

Thế giới quan của tôi đã thay đổi khi nghe Hal đọc bài phát biểu tại hội nghị khách hàng toàn quốc của chúng tôi, và anh ấy đã nói như sau:

"Giây phút bạn nhận lấy 100% trách nhiệm về *mọi điều* trong cuộc sống chính là giây phút bạn có được sức mạnh để thay đổi *bất cứ điều gì* trong cuộc sống của mình. Nhưng bạn cần hiểu rằng trách nhiệm không đồng nghĩa với việc đổ lỗi. Đổ lỗi quyết định ai là người gây ra sai lầm; trách nhiệm quyết định ai là người cam kết với việc cải thiện tình hình. Việc ai gây ra sai lầm không mấy quan trọng, mà điều quan trọng là BẠN sẵn sàng cam kết cải thiện tình hình của chính mình."

Khi thực sự chịu trách nhiệm về cuộc đời mình, bạn sẽ không có thời gian để tranh cãi xem ai đã làm sai chuyện gì hay ai đáng bị khiển trách. Đổ lỗi thì dễ, nhưng đổ lỗi sẽ không còn chỗ trong cuộc sống của bạn. Việc tìm lý do tại sao bạn không đạt hạn mức hay không chốt được những thương vụ kia là của người khác, chứ không phải của bạn! Bạn làm chủ kết quả của mình; bạn đã mang lại kết quả đó. Phản ứng và phản hồi như thế nào với mỗi và mọi tình huống luôn là lựa chọn của chính bạn.

Tôi mong bạn sẽ có sự chuyển đổi về tâm lý như dưới đây: từ nay trở đi, bạn chịu trách nhiệm và quản lý những quyết định, hành động và kết quả của chính mình. Hãy thay thế việc đổ lỗi bằng việc chịu trách nhiệm 100%. Từ nay trở đi, bạn không còn nghĩ đến việc ai chịu trách nhiệm về những kết quả hay ai tạo ra mọi chuyện. Bạn đưa ra quyết định, theo dõi và quyết định kết quả mà bạn muốn và nhận kết quả. Bạn chịu trách nhiệm 100% cho kết quả của mình. Có đúng vậy không? Thực tế là bạn không thể thay đổi quá khứ, nhưng điều đáng mừng là bạn có thể thay đổi tất cả những thứ khác.

Bạn hãy nhớ: bạn có quyền, bạn kiểm soát mọi việc và những gì bạn có thể đạt được là không giới hạn.

NGUYÊN LÝ 2: TIẾN TỚI TỰ DO TÀI CHÍNH

Tình hình tài chính của bạn thế nào? Thu nhập của bạn có nhiều hơn so với khoản tiền bạn cần để chi tiêu hằng tháng không? Bạn

có khả năng tích lũy, đầu tư và chia sẻ đều đặn một phần thu nhập của mình không? Bạn không nợ nần và có một khoản tiết kiệm đủ để nắm bắt những cơ hội đến với mình và vượt qua những thách thức bất ngờ? Nếu bạn ở trong điều kiện như vậy, thì xin chúc mừng bạn: bạn thuộc tỷ lệ nhỏ những người có cuộc sống dư dả.

Nếu bạn chưa ở trong điều kiện như vậy, cũng đừng lo lắng, vì bạn không phải là người duy nhất như vậy. Phần đông mọi người có tích lũy dưới 10.000 đô-la và có trung bình khoản nợ vào khoảng 16.000 đô-la. Tôi không có ý phán xét nếu bạn đang nợ, tôi chỉ muốn hướng bạn nghĩ đến Nguyên lý 1 và khuyến khích bạn nhận 100% trách nhiệm về tình hình tài chính của mình.

Tôi đã thấy và nghe rất nhiều lý do cho việc ai đó lâm vào cảnh nợ nần, không thể tích lũy và không có tiền tiết kiệm. Những lý do không còn quan trọng nữa. Thời điểm tốt nhất để bắt đầu tích lũy một phần thu nhập của bạn là 5, 10, hay thậm chí 20 năm trước. Nhưng thời điểm tốt nhất tiếp theo chính là bây giờ. Dù bạn 20 tuổi, 40 tuổi hay 60 tuổi, không bao giờ là quá muộn để kiểm soát tình hình tài chính của bản thân. Bạn sẽ cảm thấy hết sức hào hứng khi kiểm soát mọi việc và bạn sẽ có thể sử dụng nguồn tiền tiết kiệm để tạo ra thêm của cải, bởi vì bạn sẽ có kinh phí để đầu tư vào các cơ hội mới. Như vậy thật tốt, phải không?

Bạn không thể đạt được tự do về tài chính trong một sớm một chiều. Đó là kết quả của quá trình phát triển tư duy và thói quen từ bây giờ và quá trình đó sẽ dần đưa bạn đến với tự do tài chính.

Dưới đây là ba bước bạn có thể làm ngay bây giờ để bắt đầu:

1. Dành ra 10% thu nhập để dự trữ và đầu tư

Thực tế, tôi cho rằng bạn nên bắt đầu bằng việc dành ra 10% số tiền bạn đang có trong ngân hàng và chuyển số đó vào tài khoản tiết kiệm. (Bạn làm luôn đi, tôi sẽ đợi.) Hãy điều chỉnh lối sống theo bất cứ cách nào bạn thấy cần thiết để có thể sống tốt với 90% thu nhập hiện tại.

2. Dành ra 10% tiếp theo để cho đi

Hầu hết những người khá giả đều dành một phần thu nhập của mình cho những sự nghiệp mà họ có niềm tin. Nhưng bạn không cần chờ đến khi khá giả mới bắt đầu làm việc này. Anthony Robbins từng nói: "Nếu bạn không cho đi 1 đô-la trong số 10 đô-la, bạn sẽ không bao giờ cho đi 1 triệu đô-la trong số 10 triệu đô-la". Bạn sẽ không thể cho đi 10%, vì như vậy, việc thanh toán tiền

thuê nhà sẽ bị ảnh hưởng? Vậy hãy bắt đầu từ 5, 2 hay 1%. Điều quan trọng không phải là số tiền bạn cho đi, mà là việc phát triển tư duy và tạo ra thói quen có khả năng thay đổi tương lai về tài chính của bạn, điều này sẽ giúp ích cho bạn suốt đời. Bạn cần dạy cho phần trí não vô thức của bạn rằng mình khá dư dả – rằng có nhiều hơn mức đủ sống, và luôn có nhiều hơn nữa trong tương lai.

3. Liên tục tự trau dồi về chủ đề tài chính

Đây là một trong những nội dung quan trọng nhất mà bạn nên nắm vững và có thể bắt đầu bằng việc đọc các cuốn sách sau đây (trong đó đề cập rất nhiều khía cạnh của tự do tài chính):

Secrets of the Millionaire Mind (Bí mật tư duy triệu phú) của T. Harv Eker

- *MONEY: Master the Game* (tạm dịch: *Tiền bạc: Làm chủ cuộc chơi)* của Anthony Robbins
- *Total Money Makeover* (tạm dịch: *Vòng luân chuyển tiền bạc)* của Dave Ramsey
- *Millionaire Fastlane* (tạm dịch: *Triệu phú thần tốc)* của MJ DeMarco
- *Rich Dad Poor Dad (Cha giàu cha nghèo)* của Robert Kiyosaki

NGUYÊN LÝ 3: SỨC KHỎE LÀ ƯU TIÊN HÀNG ĐẦU

Sức khỏe của bạn gần đây thế nào? Bạn có thể thức dậy trước khi có báo thức, làm những việc quan trọng và xử lý được những yêu cầu cần thiết trong ngày, cũng như những áp lực khó tránh khỏi – hoàn thành tất cả những việc đó mà không cảm thấy bị kiệt sức, như thở không ra hơi?

Tôi đã bàn tới việc tập luyện trong nội dung về Life S.A.V.E.R.S. và đúng vậy, giờ đây tôi tiếp tục bàn về chủ đề này. Thực tế là tình trạng sức khỏe có tác động lớn đến năng lượng cũng như mức độ thành công của bạn – đặc biệt là với những người bán hàng. Việc thực hiện những gì cần làm để có được nhiều hợp đồng tiêu hao rất nhiều sức lực và bán hàng là một môn thể thao đòi hỏi nhiều năng lượng. Cũng như bất kỳ môn thể thao nào, bạn cần một nguồn năng lượng và sức bền gần như vô hạn.

Để thực hiện tất cả những buổi trình bày, liên tục tìm kiếm khách hàng tiềm năng và để đảm bảo rằng mỗi khách hàng đều cảm

thấy hài lòng, bạn có thể bị kiệt sức. Nếu bạn thừa cân, sức khỏe không đảm bảo, và thường xuyên cảm thấy mệt mỏi, việc đặt ra những mục tiêu doanh số ngày càng cao hơn chỉ mang lại thảm họa.

Điều đáng mừng là những việc này đều nằm trong tầm kiểm soát của bạn!

Dưới đây là ba cách mà những người bán hàng hàng đầu đã thực hiện và bạn có thể làm theo, để đảm bảo rằng sức khỏe, thể lực và năng lượng của bạn sẽ hỗ trợ tốt nhất cho những mục tiêu doanh số mà bạn đã đặt ra:

1. Ăn và uống một cách khoa học

Nói một cách đơn giản, những gì bạn ăn uống đều hoặc là góp phần làm cho sức khỏe của bạn tốt hơn hoặc làm cho nó tệ đi. Uống nước lọc giúp bạn có thêm điểm cộng, còn uống hai ly rượu tequila thì có lẽ là không. Ăn hoa quả tươi và rau xanh có thêm nhiều điểm cộng hơn nữa. Ngồi nguyên trên xe và ghé vào khu vực dành cho người lái xe để mua thức ăn nhanh có lẽ không đem lại lợi ích cho sức khỏe. Tôi biết rằng bạn đã biết những điều này. Nó không hề phức tạp và bạn cần chấm dứt sự lừa dối bản thân. Hãy nhận thức đầy đủ về những thực phẩm bạn đang dùng và chúng có tác động như thế nào đến công việc bán hàng của bạn. Chúng ta sẽ tìm hiểu sâu hơn về nội dung này trong chương tiếp theo: Quản lý năng lượng.

2. Ngủ một cách khoa học

Nghỉ ngơi đầy đủ có vai trò quan trọng đối với mức độ thành công trong công việc bán hàng không kém cách bạn ăn uống có khoa học hay không. Một đêm ngủ ngon là nền tảng cho một ngày làm việc hiệu quả, suy nghĩ mạch lạc và thành công liên tiếp trong bán hàng. Có lẽ bạn đã biết bạn cần ngủ bao nhiêu giờ để đạt được trạng thái tốt nhất. Hãy sắp xếp lại lịch trình của mình để dành nhiều thời gian cho giấc ngủ và nghỉ ngơi nhằm đạt được kết quả làm việc tốt nhất.

3. Tập luyện một cách khoa học

Không phải ngẫu nhiên mà bạn thấy rằng những người làm việc hiệu quả nhất ít khi có hình thể xuống cấp nghiêm trọng. Hầu hết họ đều dành 30-60 phút mỗi ngày trong phòng tập hay chạy bộ, bởi vì họ hiểu được tầm quan trọng của việc tập luyện hằng ngày đối với thành công. Và dù yếu tố tập luyện trong Life S.A.V.E.R.S.

đảm bảo rằng bạn chỉ cần bắt đầu ngày mới với 5-10 phút tập luyện, nhưng chúng tôi cho rằng bạn nên dành 30-60 phút cho các hoạt động thể lực ít nhất 3-5 lần mỗi tuần. Bằng cách này, cơ thể bạn sẽ luôn tràn đầy năng lượng và sự tự tin mà bạn cần để thành công.

NGUYÊN LÝ 4: HỆ THỐNG HÓA THẾ GIỚI CỦA BẠN

Tôi sẽ thảo luận những chiến lược và hệ thống bán hàng mà tôi tin là sẽ hữu ích nhất với bạn trong Các Chương 7, 8 và 9, nhưng những người lãnh đạo bản thân hiệu quả đều có những hệ thống cho hầu hết mọi việc từ hoạt động công việc như lên kế hoạch, theo dõi công việc, đặt hàng và gửi thiệp cảm ơn, cho đến những hoạt động cá nhân như ngủ, ăn, chi tiêu và những trách nhiệm đối với gia đình. Những hệ thống này làm cho cuộc sống trở nên dễ dàng hơn và đảm bảo rằng họ luôn trong trạng thái sẵn sàng hành động.

Dưới đây là ba ví dụ về những hệ thống cơ bản (hệ thống thứ ba là yếu tố mang lại thay đổi lớn):

1. Trang phục hằng ngày – Ngoài công việc lãnh đạo nhóm và tư vấn kinh doanh, tôi còn điều hành một nhóm kinh doanh bất động sản, tôi có ba đứa con và đã dành hai năm rưỡi qua để hoàn thành cuốn sách này. Bạn có thể hình dung là tôi không còn chút thời gian rảnh rỗi nào. Để không lãng phí thời gian chuẩn bị quần áo vào mỗi buổi sáng mà vẫn đảm bảo tuân thủ các quy tắc về trang phục, tôi mang quần áo tới hiệu giặt là hai tuần một lần và lấy về sau hai ngày. Với 15 chiếc áo sơ mi và hai lần đến hiệu giặt là, tôi đã có thể thu xếp khoản trang phục cho cả tháng. Nghe có vẻ đơn giản, nhưng chỉ với 15 phút mỗi sáng, đã giúp tôi có thêm nhiều thời gian hơn trong mỗi tuần.

2. Di chuyển – Ngoài việc là một tác giả có sách bán chạy nhất, Hal còn là một diễn giả và tuần nào cũng di chuyển để chia sẻ thông điệp *Buổi sáng diệu kỳ* với người nghe trên khắp nước Mỹ và thế giới. Việc chuẩn bị những thứ anh cần cho mỗi chuyến đi rất mất thời gian và không hiệu quả bởi anh thường để quên đồ đạc ở nhà hay văn phòng. Sau khi quên dây sạc máy tính đến lần thứ ba và phải tìm một cửa hàng của hãng Apple để mua dây sạc thay thế với giá 99 đô-la hoặc phải hỏi mượn người phụ trách lễ tân dây sạc, máy cạo râu hay một vài chiếc măng-sét mà một người khách trước đó đã để quên, anh thấy mình cần phải thay đổi. Anh chuẩn bị một túi đựng đồ chuyên dành cho việc di chuyển, trong đó có mọi đồ đạc mà anh cần cho chuyến đi, và nay anh sẵn sàng lên

đường chỉ sau ít phút, bởi trong túi đã có mọi thứ anh cần – name card, tài liệu giới thiệu, sách do anh viết, thiết bị kết nối, dây sạc điện thoại và máy tính, kể cả bông nút tai, dự phòng trường hợp phòng khách sạn không yên tĩnh do có người ở phòng bên gây ồn.

Bạn sẽ biết được rằng mình cần một hệ thống khi bạn gặp phải thử thách nào đó cứ lặp đi lặp lại hoặc bạn thấy mình đang bỏ lỡ các cơ hội bởi vì không có sự chuẩn bị. Nếu bạn lên đường mà chỉ có vừa đủ thời gian để thực hiện một cuộc hẹn và rồi cảm thấy mệt mỏi, đó là lúc bạn cần có một hệ thống để khởi hành sớm hơn: hãy sắp xếp hành lý từ đêm hôm trước, quần áo đã giặt sạch và là phẳng, đặt giờ cho máy pha cà phê, dậy sớm hơn… Nói cách khác, bất cứ khi nào bạn cảm thấy cần sắp xếp chỉn chu mọi việc, đó là lúc bạn cần có một hệ thống. Cuộc sống không có hệ thống là sẽ có nhiều áp lực không đáng có!

3. Lịch làm việc – Tôi sẽ chia sẻ với bạn một điều mà có khả năng thay đổi hoàn toàn những kết quả doanh số đã được ấn định của bạn. Nhiều người có lẽ muốn tự đánh chính mình khi nghe đến cách thức dễ nhất này để đạt được kết quả tốt, bởi đây là điều hầu hết người bán hàng nào cũng đã được học và hầu như không có người nào thực hiện thường xuyên và hiệu quả: Bạn phải có một chương trình hành động được lên kế hoạch trước với những hoạt động giúp bạn đạt được mục tiêu, đưa tất cả những hoạt động đó vào kế hoạch làm việc hằng ngày, được chia theo khung giờ và phải tuân thủ nghiêm ngặt. Nếu đã đưa một việc nào đó vào kế hoạch làm việc, bạn phải thực hiện. Điều đó giúp bạn đạt được kết quả tốt.

Điều này không có nghĩa là bạn không thể linh hoạt trong lịch trình làm việc. Thực tế, chúng tôi khuyến khích bạn dành thời gian cho gia đình và các hoạt động giải trí. Đôi khi bạn có thể rời lịch làm việc nếu cần thiết, nhưng bạn phải thực hiện tất cả những hoạt động trên lịch trình làm việc. Khi bạn làm được điều này, việc đạt được mục tiêu không còn là vấn đề đạt được hay không, mà là khi nào đạt được.

Một trong những lý do kỹ thuật này có hiệu quả là vì nó loại bỏ tác động của những biến động về cảm xúc từ kết quả công việc khỏi quá trình quyết định các hoạt động trong ngày của bạn. Đã bao nhiêu lần bạn nhận thấy một cuộc hẹn diễn tiến không như mong muốn và rồi phá hỏng cả ngày làm việc? Nhiều khả năng là sau đó, bạn không làm thêm được việc gì. Tuy nhiên, nếu làm việc theo lịch trình có sẵn, và lịch trình cho thấy bạn có sự kiện xã giao, cần viết quảng cáo hay gọi điện, và bạn cam kết với lịch trình, vậy là

bạn có một buổi chiều làm việc hiệu quả. Hãy kiểm soát công việc của mình. Đừng để những yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến lịch trình của bạn. Hãy bắt đầu xếp lịch làm việc theo khung giờ và tuân thủ nghiêm ngặt lịch trình đó.

Nếu bạn thấy cần thêm sự hỗ trợ để thực hiện, hãy làm như một số khách hàng mà chúng tôi đã tư vấn: gửi lịch trình cho một người có thể tư vấn cho bạn, cho quản lý của bạn và một người đồng hành, họ sẽ giúp bạn tuân thủ lịch trình. Việc cam kết với kỹ thuật này sẽ giúp bạn có trách nhiệm với từng mức độ công việc để đạt được kết quả.

Bạn không cần tìm ra cách làm hoàn toàn mới để tạo ra một hệ thống – với mỗi thách thức mà bạn gặp phải, một người nào đó có lẽ đã vật lộn với quá trình này và vượt qua. Nếu bạn chưa có ý tưởng nào và người ngay bên cạnh bạn đang làm rất tốt việc mà bạn thấy khó khăn, hãy xin lời khuyên từ họ! Nhiều khả năng là họ đang đi cùng con đường với bạn, chỉ là họ đi trước một quãng. Bạn sẽ sớm có được hệ thống bạn cần và nguồn năng lượng bổ sung mà họ mang lại cho bạn.

NGUYÊN LÝ 5: CAM KẾT VỚI QUÁ TRÌNH CỦA BẠN

Nếu có một bí quyết không phải ai cũng biết để đạt được thành công về doanh số, thì đó là: **Cam kết với quá trình của bạn (mà không bị chi phối cảm xúc bởi kết quả doanh số)**. Mọi kết quả mà bạn mong muốn – từ nâng cao sức khỏe tới tăng doanh số – đều bắt nguồn từ một quá trình cần thiết để mang lại kết quả. Khi bạn biết rõ về quá trình CỦA BẠN và cam kết với nó trong một khoảng thời gian, kết quả tốt sẽ tự đến. Không cần căng thẳng hay lo lắng về việc doanh số của một ngày, một tuần hay một tháng sẽ như thế nào, nếu bạn cam kết với quá trình của mình trong một thời gian dài.

Tuy vậy, là con người, việc bị chi phối cảm xúc bởi kết quả trong ngắn hạn là điều hoàn toàn tự nhiên. Điều đó thuộc về bản chất con người. Là người bán hàng, chúng ta có thể có một ngày tồi tệ với những cuộc giao dịch qua điện thoại không thành công khiến chúng ta có những cảm xúc tiêu cực. Khi doanh số đi xuống, tâm trạng của chúng ta cũng đi xuống. Khi làm người bán hàng, chúng ta "cưỡi" trên con sóng cảm xúc và việc bị chi phối cảm xúc bởi kết quả có ảnh hưởng tiêu cực tới cam kết của chúng ta với quá trình. Nhưng có cần phải như vậy không? Câu trả lời chắc chắn là không.

Hal đã nhận ra điều này khi mới 21 tuổi, và cho rằng thành công

trong lĩnh vực bán hàng của anh phần nhiều bắt nguồn từ đó. "Tôi nhận ra rằng nếu tôi cam kết với việc thực hiện X cuộc gọi mỗi ngày (quá trình), quy luật trung bình sẽ luôn đảm bảo rằng mỗi tháng, mỗi quý và mỗi năm tôi có thể đạt được X đơn hàng. Vì thế, việc cam kết với quá trình của mình – là mỗi ngày thực hiện số lượng cuộc gọi như tôi quy định – là hoàn toàn hợp lý và không có lý do gì cần phải lo lắng hay căng thẳng về kết quả mỗi ngày. Rồi tôi nhận ra rằng nếu mình tăng số lượng cuộc gọi mỗi ngày theo một tỷ lệ nào đó, doanh số (và thu nhập) của tôi cũng sẽ tăng lên cùng tỷ lệ. Khi tăng gấp đôi số cuộc gọi, tôi sẽ nâng gấp đôi doanh số. Nghe có vẻ quá đơn giản, nhưng thực sự mọi việc diễn ra rất suôn sẻ."

Những người bán hàng liên tục có kết quả tốt, những người nằm trong nhóm 1% dẫn đầu và đạt doanh số ấn tượng nhất, đơn giản là những người liên tục hành động. Để trở thành người bán hàng trong nhóm 1% dẫn đầu, bạn không thể chỉ hành động chốc lát rồi thôi. Bạn không thể hầu như không hành động. Bạn không thể chỉ làm khi bạn muốn hay khi bạn được truyền cảm hứng. Bạn phải vạch ra *quá trình* làm việc hằng ngày và liên tục hành động, ngày qua ngày, trong một thời gian dài. Điều đáng mừng là một ngày nào đó bạn sẽ đạt được thành công liên tiếp và với đà thành công đó, bạn sẽ không cần làm việc vất vả hay tốn nhiều tâm trí như thời gian đầu. Khi kỹ năng và doanh số của bạn tốt lên, quá trình của bạn cũng sẽ được cải thiện và nâng cao để đạt được những kết quả lớn hơn nữa.

Nhưng cho tới khi đến được ngày đó, tới khi bạn có nguồn vốn dự trữ đáng kể, trả hết nợ và đạt được vị trí bạn muốn, bạn vẫn cần phải dành thời gian và nỗ lực vào quá trình (mà không bị chi phối về cảm xúc bởi kết quả).

Trong các chương sau, tôi sẽ giới thiệu những hiểu biết và định hướng mà bạn cần để liên tục hành động. Ngay lúc này, bạn cần chuẩn bị tinh thần để tiếp tục làm việc ngay cả khi chưa thể nhanh chóng đạt được kết quả như mong muốn, và bạn cần có sự kiên nhẫn để chịu đựng rất nhiều lời từ chối cũng như nhiều lần thất vọng. Những người nằm trong nhóm 1% dẫn đầu không đạt được thành công như vậy chỉ với vài cuộc gọi không mấy thường xuyên. Họ liên tục làm việc, bền bỉ và duy trì sự tận tâm với công việc mỗi ngày, và bạn cần làm đúng như vậy.

QUẢN LÝ BẢN THÂN NHƯ THẾ NÀO?

Quản lý bản thân là khả năng kiểm soát sự bốc đồng và phản ứng

trước mọi việc, hay còn gọi là kỷ luật tự giác.

Trước khi bạn bỏ qua phần này vì cho rằng quản lý bản thân là một hành vi có phần tiêu cực và tự hạn chế, tôi muốn đảm bảo với bạn rằng thực ra là ngược lại! Khi được sử dụng một cách khôn ngoan và bằng một cảm nhận hợp lý, quản lý bản thân trở thành một trong những công cụ quan trọng nhất để cải thiện bản thân cũng như thành công về doanh số.

Quản lý bản thân có vai trò sống còn để vượt qua nỗi sợ về quá trình bán hàng bạn có thể có, nó cũng hữu ích khi xử lý tình trạng nghiện ngập hay bất cứ hành vi không thích hợp nào. Quản lý bản thân giúp bạn kiểm soát hành vi trong cuộc sống cũng như trong bán hàng. Nó giúp bạn cải thiện các mối quan hệ, phát triển sự kiên nhẫn, lòng khoan dung, và là một công cụ quan trọng để đạt được thành công và hạnh phúc. Hãy hình dung bạn có khả năng quản lý bản thân để có thể xử lý bất cứ điều gì đến với mình?

- Quản lý bản thân giúp ích như thế nào? Hãy cùng đếm với tôi…
- Kiểm soát các hành vi tự hủy hoại, nghiện ngập, và những ám ảnh trong quá khứ.
- Mang lại cho bạn cảm giác làm chủ và cân bằng trong cuộc sống.
- Giúp kiểm soát các phản ứng mang tính cảm xúc không phù hợp.
- Loại bỏ cảm giác vô vọng và phụ thuộc vào người khác.
- Giúp hạn chế khả năng bị tác động về tinh thần và cảm xúc (điều này thực sự quan trọng trong bán hàng!) và góp phần làm cho trí óc thanh thản.
- Giúp bạn kiểm soát tâm trạng và loại bỏ những cảm xúc cùng ý nghĩ tiêu cực.
- Củng cố lòng tự trọng, tự tin, sức mạnh nội tại, khả năng quản lý bản thân và sức mạnh tinh thần.
- Thúc đẩy bạn tự chịu trách nhiệm về cuộc đời mình.
- Giúp bạn trở thành một người có trách nhiệm và đáng tin cậy.

ĐIỀU GÌ NGĂN TRỞ QUẢN LÝ BẢN THÂN?

- Thiếu kiến thức và hiểu biết về bản chất của việc quản lý bản thân.

- Phản ứng bốc đồng và mất kiểm soát.
- Phản ứng thiếu suy nghĩ trước những tác động bên ngoài.
- Thiếu kỷ luật và sức mạnh tinh thần.
- Không có mong muốn thay đổi và hoàn thiện bản thân.
- Coi quản lý bản thân là một hoạt động hạn chế bản thân và không lấy gì làm thú vị.
- Cho rằng quản lý bản thân làm hạn chế niềm vui.
- Thiếu tin tưởng bản thân và khả năng của mình.

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHÁT TRIỂN KHẢ NĂNG QUẢN LÝ BẢN THÂN?

1. Trước hết, bạn cần nhận biết những lĩnh vực trong cuộc sống mà bạn cần tăng cường quản lý bản thân. Đâu là những lĩnh vực bạn cho rằng bạn thiếu khả năng quản lý bản thân?

Những lĩnh vực tiềm năng:

- Ăn
- Chi tiêu
- Uống rượu
- Làm việc
- Đánh bạc
- Hút thuốc
- Hành vi ám ảnh

2. Cố gắng nhận biết những cảm xúc cho thấy bạn thiếu khả năng quản lý bản thân, như tức giận, không hài lòng, không hạnh phúc, bực mình, bất mãn, thoải mái hay sợ hãi.

3. Nhận biết những suy nghĩ và bức xúc khiến bạn hành xử một cách mất kiểm soát.

4. Mỗi ngày vài lần, đặc biệt trong những lúc bạn cần thể hiện sự quản lý bản thân, hãy nói to một trong những suy nghĩ tích cực sau đây, trong vòng một hoặc hai phút:

- Tôi hoàn toàn kiểm soát bản thân.
- Tôi có sức mạnh để lựa chọn cảm xúc và suy nghĩ.
- Quản lý bản thân giúp tôi có sức mạnh nội tại và đưa tôi đến

với thành công.

- Tôi kiểm soát được các phản ứng của mình.
- Tôi chịu trách nhiệm về hành vi của mình.
- Tôi đang kiểm soát được cảm xúc của mình.
- Tôi chính là chủ nhân của cuộc đời mình.
- Ngày qua ngày, khả năng quản lý cảm xúc và suy nghĩ của tôi lại tăng lên.
- Quản lý bản thân là hoạt động thú vị và vui vẻ.

5. Sử dụng hoạt động Hình dung, hay chữ V trong Life S.A.V.E.R.S. để hình dung bạn hành xử bằng khả năng quản lý và kiểm soát bản thân tốt. Hãy nghĩ đến một tình huống mà bạn thường hành xử thiếu kiểm soát và hình dung rằng bạn cư xử một cách bình tĩnh và quản lý tốt bản thân.

SỰ TỰ TIN, LÒNG TỰ TÔN VÀ THÁI ĐỘ

Sẽ là không đầy đủ khi nói đến lãnh đạo bản thân và quản lý bản thân mà không nhắc đến những anh em thân thiết của hai khái niệm này, đó là sự tự tin, lòng tự tôn và thái độ tích cực.

Tự tin là niềm tin vào khả năng, kỹ năng và sức mạnh cá nhân của bạn. Khi bạn tự tin thì người khác mới tin tưởng vào bạn. Kinh nghiệm đã cho tôi thấy rằng khi tự tin vào những gì mình làm, một cách tự nhiên những người khác sẽ đi theo sự dẫn dắt của tôi. Khi tôi có thêm kỹ năng và tự tin hơn, doanh số của tôi tăng lên, gấp đôi, gấp bốn lần. Những người mà tôi gặp gỡ không thay đổi và về cơ bản, những mặt hàng tôi bán cũng vẫn vậy. Điều khác biệt là tôi đã trở nên cởi mở và dễ dàng tiếp nhận những mặt hàng tôi bán hơn, và khi tôi trở nên tự tin hơn, doanh số của tôi cũng theo đó tăng lên. Liệu đây có phải là sự trùng hợp? Hoàn toàn không phải vậy.

Tự tôn là có sự tôn trọng bản thân. Lòng tự tôn lành mạnh hay tích cực có thể giúp bạn ngẩng cao đầu và cảm thấy tự hào về bản thân và hành động của mình ngay cả khi mọi việc không thuận lợi. Lòng tự tôn cho bạn sự can đảm để thử những cái mới và sức mạnh để tin tưởng vào bản thân. Lòng tự tôn có ảnh hưởng trực tiếp đối với thành công của tôi và tôi biết rằng có tự tin đồng nghĩa với thành công và thiếu tự tin đồng nghĩa với thất bại. Nếu bạn không đạt được doanh số như mong muốn, rất có thể thiếu tự tôn là nguyên nhân. Như Maxwell Maltz, tác giả cuốn sách *Psycho-Cybernetics (Thay đổi để thành công)* từng nói: "Lòng tự tôn thấp

cũng như lái xe đi trên đường đời mà tay lúc nào cũng kéo phanh".

Trong lúc bạn đọc cuốn sách này, tôi đề nghị bạn đọc đi đọc lại, tìm ra những lĩnh vực bạn cần cải thiện và mở mang một cách có hệ thống. Nếu bạn thấy rằng lòng tự tin và tự tôn của bạn cần được nâng cao, hãy cải thiện tình hình. Hãy chuẩn bị những lời nói tích cực để tăng cường và phát triển lòng tự tin và tự tôn qua thời gian. Hãy hình dung bạn hành xử một cách tự tin hơn, nâng các chuẩn mực của bản thân và yêu quý bản thân hơn. Sự tự tin và lòng tự tôn của bạn sẽ tăng lên để tương xứng với tầm nhìn của bạn.

Thái độ tích cực không ngừng là công cụ quan trọng nhất đối với người bán hàng. Có lẽ bạn đã biết rằng thái độ tiêu cực sẽ khiến bạn thất bại, và thất bại một cách nhanh chóng! Không nghi ngờ gì, người bán hàng phải đối mặt với nhiều lời từ chối và lảng tránh hơn những người khác. Trên thực tế, người bán hàng đúng cách chính là người suốt ngày bị từ chối!

Nếu không có thái độ tích cực, việc bị từ chối đó có thể có tác động tiêu cực với bạn. Bạn sẽ thường đối mặt với những lời nói "không". Người ta không trả lời cuộc gọi của bạn. Họ không bước qua đường khi thấy bạn đi tới bởi vì họ không sẵn sàng mua hàng. Có lẽ họ không hề muốn mua nhưng cũng không nói thẳng với bạn. Để đối mặt hằng ngày với những điều này, bạn cần có một thái độ vững vàng.

Thái độ tích cực có hai thành tố quan trọng: sự kỳ vọng tích cực và bề ngoài vững vàng.

Thứ nhất, bạn cần mong đợi những điều tốt nhất. Mỗi buổi sáng, bạn cần biết rằng hôm nay sẽ là ngày bạn chốt hợp đồng. Kỳ vọng tích cực được dựa trên niềm tin và bạn cần hết sức tin tưởng vào những gì bạn mong muốn sẽ diễn ra vào hôm nay, tuần này, tuần tới và trong tương lai. Bạn cần hiểu rằng một lúc nào đó bạn sẽ bất ngờ nhận được cuộc gọi từ một khách hàng sẵn sàng mua hàng. Bạn cần suy nghĩ tích cực, khách hàng mà bạn đã liên lạc trong suốt 74 lần vừa qua sẽ nói đồng ý mua hàng trong lần tới.

Nhưng điều gì xảy ra nếu mọi chuyện không suôn sẻ như vậy? Nếu bạn từng nhìn thấy nước lăn trên lưng một con vịt, bạn sẽ nhìn thấy hiệu ứng không thấm nước. Lưng con vịt (thực tế là lông của nó) được dầu bao phủ, mà nước và dầu không hòa lẫn vào nhau. Thái độ của bạn cần giống như lưng con vịt mỗi khi bạn bị từ chối, giữ tâm thái vững vàng khi khách hàng cúp điện thoại,

hay bất kỳ điều gì khác mà không phải là lời nói đồng ý.

Đến lúc này tôi hy vọng là bạn đã hiểu được tầm quan trọng của sự phát triển cá nhân trong việc tạo ra một sự nghiệp bán hàng thành công. Tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu làm thế nào để tạo ra nhiều sức lực để trở nên thành công như bạn mong muốn!

CÁC BƯỚC ĐỂ TĂNG DOANH SỐ CỦA BẠN

Hãy nhớ rằng, việc tăng doanh số của bạn bắt đầu từ việc đưa bản thân lên một mức độ phát triển mới. Phát triển khả năng lãnh đạo bản thân giúp bạn kiểm soát cuộc sống của mình. Nó loại bỏ tâm lý nạn nhân và đảm bảo rằng bạn sẽ đạt được tiến bộ nhanh chóng và có thể đo lường được đối với thành công về doanh số.

Bước 1: Xem xét và kết hợp năm nguyên lý cốt lõi của lãnh đạo bản thân:

1. Nhận trách nhiệm 100%. Hãy nhớ rằng giây phút bạn nhận trách nhiệm đối với mọi điều trong cuộc sống của bạn chính là lúc bạn có được sức mạnh để thay đổi bất cứ điều gì trong cuộc sống của mình. Thành công của bạn phụ thuộc 100% vào bạn.

2. Tiến tới tự do tài chính. Hãy bắt đầu phát triển tư duy và những thói quen giúp bạn đạt được tự do tài chính, trong đó có việc tích góp ít nhất 10% thu nhập và liên tục tự trau dồi về chủ đề tiền bạc.

3. Ưu tiên sức khỏe. Hãy coi chăm sóc sức khỏe hằng ngày là một ưu tiên trong cuộc sống. Ngoài việc tập thể dục buổi sáng, hãy dành nhiều thời gian hơn, như mỗi tuần dành ra 3-5 buổi, mỗi buổi 30-60 phút để luyện tập.

4. Hệ thống hóa thế giới của bạn. Hãy bắt đầu sử dụng các hệ thống và dành những khoảng thời gian trong lịch trình của mình, để mỗi ngày khi thức dậy, bạn đã có lịch trình làm việc được lên kế hoạch từ trước, và vì thế, thành công của bạn cũng sẽ được đảm bảo. Khi đó, những gì bạn cần làm chỉ là thức dậy và làm theo những gì bạn đã lên kế hoạch từ trước.

5. Cam kết với quá trình của bạn. Hãy ghi nhớ bí quyết thành công của Hal mà không phải ai cũng biết: *Cam kết với quá trình mà không bị chi phối cảm xúc bởi kết quả*. Quyết định những hoạt động nào bạn có thể kiểm soát 100% (như gọi điện cho khách hàng tiềm năng) và sẽ đem lại kết quả. Đó là quá trình CỦA BẠN. Hãy đảm bảo bạn đạt được thành công nhờ cam kết với quá trình này

mỗi ngày, và không để bị chi phối về mặt cảm xúc bởi các kết quả ngắn hạn, chính sự cam kết với quá trình hằng ngày của bạn sẽ quyết định tổng doanh số vào cuối mỗi tháng, mỗi quý và mỗi năm.

Bước 2: Phát triển khả năng quản lý bản thân và nâng cao hình ảnh cá nhân bằng cách sử dụng những lời nói tích cực và hình dung. Hãy đảm bảo rằng bạn sẽ sử dụng những kỹ thuật này một cách phù hợp với bản thân – sẽ mất một khoảng thời gian bạn mới thấy kết quả và bạn bắt đầu càng sớm thì sẽ càng nhanh thấy được kết quả.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— JOSH MUELLER

Chuyên viên bán hàng thuộc tổ chức Champion Sales, Cutco Cutlery

Với hơn 7.000 nhân viên, trong đó có một người từng hai lần được National Champion vinh danh và những nhân viên còn lại đạt doanh số trên nửa triệu đô-la mỗi năm, Josh đã sở hữu nhiều thành công trong sự nghiệp. Là một trong những người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu, Josh đưa ra những đánh giá liên quan đến một số chủ đề về phát triển mà chúng ta đã thảo luận trong chương này.

Josh nói, "Hãy luôn sẵn sàng thay đổi. Câu chuyện thành công thực chất xoay quanh việc lãnh đạo (dù là lãnh đạo một đội ngũ hay lãnh đạo bản thân). Và lãnh đạo là một quá trình tự khám phá và hoàn thiện bản thân. Nếu luôn sẵn sàng học hỏi và phát triển, bạn sẽ không ngừng tiến bộ. Khi đó, người khác sẽ coi bạn là một tấm gương."

Josh cũng giải thích về niềm tin của anh, cũng chính là điều đã đưa anh đến thành công: "Tôi tin tưởng vào quá trình theo đuổi công việc và cuộc sống hằng ngày một cách nhiệt thành và toàn tâm toàn ý. Tôi tin rằng bất cứ điều gì cũng là khả thi dù quá khứ hay hiện tại như thế nào. Tôi tin vào ý tưởng rằng để luôn thành công, bạn cũng phải luôn phát triển, hoàn thiện mình. Tôi tin rằng chống lại sự thay đổi thường là dấu hiệu của việc chúng ta cần thay đổi."

"Tôi tin vào những niềm vui được trì hoãn, vào cắt giảm chi tiêu và tích lũy nhiều hơn những gì bạn chi tiêu. Tôi tin rằng kết quả công việc tốt và bền vững có được từ cơ thể khỏe mạnh, tràn sức

sống và đầy năng lượng, giúp bạn có khả năng và luôn sẵn sàng đạt hiệu quả cao nhất."

"Tôi tin rằng những lựa chọn của chúng ta thường thể hiện một cách hoàn hảo vị trí của chúng ta trong cuộc sống và cũng là chỉ dấu cho thấy con đường trong tương lai mà chúng ta sẽ đi. Tôi tin rằng trong mỗi thách thức đều có một bài học và những bài học này đều rất quý báu."

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— GEORGE ROBERTS

Chủ sở hữu, Crucial Networking, LLC

Dù đã quen dậy sớm từ trước khi phát hiện ra *Buổi sáng diệu kỳ*, nhưng George luôn cảm thấy mệt mỏi và căng thẳng.

"Vào thời điểm tôi bắt đầu đọc cuốn sách, trong suốt tám tuần, tôi thức dậy từ lúc 4 giờ sáng để xử lý công việc từ tám dự án cùng lúc và dự án nào cũng có hạn chót gắt gao, và tôi hoàn toàn kiệt sức!

Thực hiện hệ thống của Hal như một phép mầu đối với tôi. Tôi vẫn dậy vào 4 giờ sáng nhưng đó giờ là thời gian CỦA TÔI. Sự rõ ràng và cảm giác đạt được thành tựu mà tôi có được trước 5 giờ sáng đã thay đổi ngày làm việc của tôi một cách đáng kể. Tôi thường bắt đầu ngày mới như thể tôi là một quả bóng trên bãi biển, lăn qua lăn lại tới nơi mà NHỮNG NGƯỜI KHÁC đẩy tôi đến thông qua những yêu cầu của họ. Giờ tôi như một trái đạn của súng đại bác, hướng thẳng đến những mục tiêu rõ ràng của mình.

Tôi cảm thấy bớt căng thẳng, có thời gian dành cho gia đình, và tựu chung, tôi cảm thấy khá hơn rất nhiều.

Tôi đã giảm cân từ khi bắt đầu. Tôi đã không còn bị ám ảnh bởi việc mình kiếm được bao nhiêu tiền hay đã tiêu bao nhiêu. Mối quan hệ giữa tôi với gia đình đã tốt hơn trước. Tôi không còn cáu kỉnh hay trở nên căng thẳng trong những tình huống mà trước đây tôi rất dễ nổi nóng.

Tôi sẽ không bỏ lỡ việc thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*! Tôi không cho phép mình làm vậy. Tôi rất yêu quý những buổi sáng của mình."

Chương 5

Nguyên lý bán hàng không phải ai cũng biết. #2: kiến tạo năng lượng

"Càng có nhiều năng lượng, cơ thể bạn càng hoạt động hiệu quả. Cơ thể càng hoạt động hiệu quả, bạn sẽ càng cảm thấy dễ chịu và càng vận dụng tốt tài năng của mình để tạo ra những kết quả vượt trội."

— ANTHONY ROBBINS

Là người bán hàng, bạn phải tự lực cánh sinh mà không có sự trợ giúp. Như người ta vẫn nói, bạn hưởng những gì bạn săn được. Trong suốt khoảng thời gian làm việc, nếu bạn không bán được hàng, bạn sẽ *không được trả lương*.

Tuy vậy, vấn đề là mọi chuyện không chỉ phụ thuộc vào bạn. Có những ngày – và tôi biết bạn đã trải qua những ngày như vậy – khi bạn thức dậy và cảm thấy không có sức lực hay động lực để đi săn. Ra ngoài và đối mặt với sự không chắc chắn, những lời từ chối và nỗi thất vọng thật không dễ dàng. Trong những ngày tốt lành, bạn cần đến năng lượng, sự nhiệt tình và kiên định. Trong những ngày không suôn sẻ, bạn cần tất cả những điều trên và nhiều hơn thế nữa.

Công việc bán hàng cần rất nhiều năng lượng. Không có cách nào khác. Bạn có thể có sản phẩm tốt nhất, khu vực bán hàng thuận lợi nhất, những đầu mối kinh doanh tốt nhất và sự hỗ trợ tốt nhất cho công việc bán hàng – nhưng nếu bạn không đủ sức lực để tận dụng những điều này, có khả năng bạn sẽ không bán được sản phẩm nào. Nếu bạn muốn bán được hàng, bạn cần có sức lực –

càng nhiều càng tốt, và càng bền bỉ càng tốt. Sau cùng thì:

Năng lượng giúp bạn thực hiện công việc mỗi ngày.

- Năng lượng là thứ có sức lan tỏa – nó truyền từ bạn tới các khách hàng và khách hàng tiềm năng như một loại virus tích cực, tạo nên các biểu hiện nhiệt tình và những lời hồi đáp *đồng ý* mua hàng từ khắp nơi.
- Năng lượng là một loại vaccine giúp chống lại những lời từ chối và nỗi thất vọng. Khi có đủ năng lượng, bạn sẽ miễn nhiễm với thái độ tiêu cực.
- Câu hỏi ở đây là: *Làm thế nào để tạo ra cũng như duy trì mức năng lượng lớn và bền vững, theo mong muốn?*

Khi gặp khó khăn với các vấn đề về năng lượng, tôi có thể bù đắp bằng cà phê và các chất kích thích khác, và chúng chỉ có tác dụng trong chốc lát… cho đến khi tôi kiệt sức. Có lẽ bạn cũng nhận thấy như vậy. Bạn có thể dựa vào các chất kích thích để tạo ra năng lượng trong chốc lát, nhưng sau đó, dường như đúng lúc bạn cần năng lượng nhất thì bạn lại cảm thấy kiệt sức.

Nếu thường dựa vào cà phê nhằm đổi lấy quyết tâm đơn thuần để làm việc, bạn vẫn chưa đạt tới những đỉnh cao về bán hàng mà bạn có thể đạt được như khi bạn tạo dựng và tận dụng được nguồn năng lượng có sẵn trong mình.

CHU TRÌNH TỰ NHIÊN CỦA NĂNG LƯỢNG

Điều đầu tiên cần hiểu về năng lượng là mục tiêu ở đây không phải là luôn luôn chạy với tốc độ nhanh nhất. Việc liên tục duy trì mức năng lượng cao là không thực tế. Một cách tự nhiên, mức năng lượng trong chúng ta luôn có lúc lên lúc xuống. Doanh số bán hàng cũng vậy. Năng lượng trải qua những chu trình chặt chẽ, như trong các kỳ nghỉ, thời kỳ cần nhiều nỗ lực, thời kỳ có nhiều hạn chót công việc và thậm chí những lúc vượt chỉ tiêu. Điều cần thực hiện là kết hợp, hay ít nhất là liên kết những chu trình năng lượng của bạn với chu kỳ bán hàng. Bạn cần tiếp cận được những nguồn năng lượng sâu hơn trong những khoảng thời gian đặc biệt căng thẳng này, và giúp bản thân có thời gian để nghỉ ngơi cũng như tái tạo năng lượng khi sự căng thẳng đã giảm bớt.

Cũng như những cây trồng trong nhà cần được tưới nước, nguồn năng lượng dự trữ cho công việc bán hàng phải được thường xuyên bồi đắp. Bạn có thể làm việc hết công suất trong những

khoảng thời gian dài, nhưng cuối cùng, tâm trí, cơ thể và tinh thần của bạn vẫn cần được phục hồi. Thay vì để bản thân tới mức choáng ngợp vì công việc, kiệt sức và căng thẳng quá độ, tại sao bạn không chuẩn bị một thái độ chủ động tích cực hơn đối với sức lực của mình, như vậy, tâm trí, cơ thể và tinh thần bạn sẽ liên tục được phục hồi. Điều này sẽ giúp bạn trẻ trung hơn và có một hệ thống tự tái tạo năng lượng.

Nếu bạn thấy rằng mình thường xuyên mỏi mệt, cáu kỉnh, chậm trễ công việc so với kế hoạch, cơ thể kém gọn gàng và cảm thấy bất hạnh, tôi có tin tốt cho bạn.

Việc thường xuyên bị kiệt sức không chỉ là không thể chấp nhận được, mà bạn *không cần phải làm quen với tình trạng đó*. Có một số cách đơn giản để đạt được những điều bạn cần và muốn – được nghỉ ngơi đầy đủ, có thời gian để bồi đắp và tái tạo năng lượng, cũng như đạt được sự an yên trong nội tâm và hạnh phúc. Đó là một nhiệm vụ khó khăn ư? Đúng vậy. Có là bất khả thi? Không đâu!

Dưới đây là các bước để tạo nên bước phát triển, năng lượng thể chất, tinh thần và cảm xúc ổn định cho cuộc sống của bạn. Đây là ba nguyên tắc mà tôi đã tuân thủ để giữ cho năng lượng dự trữ của mình luôn ở mức cao nhất và luôn sẵn sàng để tôi sử dụng khi cần.

1. NGỦ HIỆU QUẢ HƠN

Ngủ càng nhiều thì càng bán được nhiều hàng. Đây có lẽ là lý thuyết bán hàng ngược đời nhất mà bạn từng nghe, nhưng đó là sự thật. Cơ thể cần đủ thời gian nghỉ ngơi mỗi đêm để hoạt động một cách hiệu quả và tái tạo năng lượng sau một ngày căng thẳng. Giấc ngủ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sức đề kháng, trao đổi chất, trí nhớ, học hỏi và các chức năng sống còn khác của cơ thể. Ngủ chính là lúc cơ thể thực hiện phần lớn hoạt động sửa chữa, hàn gắn tổn thương và sinh trưởng.

Nếu ngủ không đủ, bạn sẽ dần dần kiệt sức, và doanh số của bạn cũng *đi xuống*.

Ngủ bao lâu là đủ?

Nhưng ngủ bao lâu là đủ? Có sự khác biệt lớn giữa giấc ngủ bạn cần có để có thể làm việc với giấc ngủ bạn cần để cơ thể vận hành tối ưu. Các nhà nghiên cứu tại Đại học California tại San Francisco đã phát hiện ra rằng một vài người mang một gen có thể giúp họ

chỉ cần ngủ khoảng 6 giờ mỗi đêm. Tuy nhiên, gen này rất hiếm, chỉ chiếm chưa đến 3% dân số. Với 97% còn lại, 6 giờ là hoàn toàn không đủ. Bạn có thể làm việc khi ngủ 6 giờ mỗi ngày, nhưng điều đó không có nghĩa là bạn sẽ cảm thấy khỏe hơn hoặc làm được nhiều việc hơn so với việc được ngủ thêm 1 hoặc 2 giờ nữa.

Điều này nghe có vẻ khó tin. Có lẽ bạn nghĩ rằng: *Ngủ nhiều hơn mà lại làm được nhiều hơn ư*? Nhưng điều này đã được chứng minh, rằng ngủ đủ giúp cơ thể hoạt động hiệu quả hơn. Điều đó có nghĩa bạn không chỉ làm việc tốt hơn và nhanh hơn, mà thái độ của bạn cũng sẽ được cải thiện.

Thời gian mỗi người cần để nghỉ ngơi là khác nhau, nhưng nghiên cứu đã chỉ ra rằng, trung bình người lớn cần ngủ khoảng 7-8 giờ mới có thể khôi phục được lượng năng lượng cần thiết để thực hiện các hoạt động mỗi ngày.

Cũng như nhiều người, tôi từng cho rằng mình cần ngủ 8-10 giờ. Thực tế có lúc tôi cần ít hơn và đôi lúc cần nhiều hơn. Cách hữu hiệu nhất để biết được bạn có ngủ đủ không là đánh giá xem bạn cảm thấy thế nào trong suốt một ngày làm việc. Nếu ngủ đủ, bạn sẽ cảm thấy dồi dào năng lượng và khỏe khoắn cả ngày, từ lúc thức dậy cho đến lúc đi ngủ. Nếu không ngủ đủ, bạn sẽ cần đến cà phê hay đồ ăn có đường vào giữa buổi sáng, giữa buổi chiều, hoặc cả hai.

Nếu bạn giống như hầu hết mọi người, khi không được nghỉ ngơi đủ, bạn sẽ cảm thấy khó tập trung, suy nghĩ kém mạch lạc và thậm chí ghi nhớ kém. Bạn có thể nhận thấy bạn làm mọi việc ở nhà cũng như ở văn phòng đều kém hiệu quả và thậm chí bạn sẽ đổ lỗi những việc này là do lịch trình bận rộn của mình. Càng thiếu ngủ, những triệu chứng này càng rõ rệt.

Thêm vào đó, thiếu nghỉ ngơi và thư giãn có thể gây ảnh hưởng lớn đến tâm trạng của bạn. Bán hàng là công việc không có chỗ cho sự cáu kỉnh! Khoa học đã chứng minh rằng khi con người thiếu ngủ, tính cách của họ cũng bị ảnh hưởng và họ thường trở nên cáu kỉnh, kém kiên trì và dễ nói năng thiếu kiểm soát hơn. Kết quả của việc không được nghỉ ngơi, một điều hết sức quan trọng, có thể khiến bạn trở thành một người hay cáu kỉnh và ca thán, một điều không hề dễ chịu với những người xung quanh và với chính bạn.

Hầu hết mọi người giảm thời gian ngủ để tăng thêm các hoạt động trong ngày. Người bán hàng chạy đua với thời gian để đảm

bảo được thời hạn và chỉ tiêu doanh số một cách chặt chẽ, và họ đánh đổi giấc ngủ để làm được nhiều việc hơn. Nhưng không may là thiếu ngủ có thể khiến cơ thể suy sụp, tạo điều kiện cho bệnh tật và virus tấn công, bởi hệ miễn dịch không hoạt động hiệu quả như lẽ ra phải thế, nên nó dễ dàng bị tác động bởi những yếu tố có thể khiến nó yếu đi. Cuối cùng, thiếu nghỉ ngơi dẫn đến bệnh tật, nhiều ngày hay nhiều tuần nghỉ làm, và như vậy thì không cách gì có thể tăng doanh số.

Ngược lại, khi được nghỉ ngơi đầy đủ, cơ thể bạn sẽ hoạt động đúng như nó phải thế, bạn sẽ cảm thấy khoan khoái và hệ miễn dịch của bạn cũng mạnh hơn. Và đó chính là lúc bạn đạt được doanh số cao hơn. Hãy nghĩ đến giấc ngủ ngon như là thời gian để bạn bật chiếc nam châm bán hàng của mình lên. Hãy sử dụng Life S.A.V.E.R.S. để thức dậy sau khi đã nghỉ ngơi với tâm trạng tốt, và bạn sẽ thu hút được thêm nhiều khách hàng bởi vì một người bán hàng vui vẻ cũng tương tự như một người bán hàng giàu có.

Hãy coi giấc ngủ là khoảng thời gian để bật công tắc của chiếc nam châm bán hàng có sẵn trong bạn. Thức dậy sau khi đã được nghỉ ngơi và tâm trạng tốt nhờ việc thực hiện Life S.A.V.E.R.S., và bạn sẽ tăng doanh thu bởi vì một người bán hàng hạnh phúc là một người bán hàng giàu có.

Những lợi ích thực sự của giấc ngủ

Có thể là bạn không nhận ra giấc ngủ thực sự có sức mạnh đến thế nào. Trong lúc bạn có những giấc mơ thú vị, giấc ngủ thay mặt bạn làm một số công việc nặng nhọc và mang lại cho bạn nhiều lợi ích tuyệt vời.

Cải thiện trí nhớ. Trí não bạn bận rộn một cách đáng ngạc nhiên trong khi bạn ngủ. Trong quá trình ngủ, bạn củng cố các ký ức và thực hành những kỹ năng mà bạn đã học được khi thức, thông qua một quá trình được gọi là củng cố.

“Nếu đang học điều gì đó, dù là về thể chất hay tinh thần, bạn cũng sẽ học hỏi được tới một mức độ nhất định khi bạn thực hành. Nhưng có điều gì đó trong lúc bạn ngủ giúp bạn học hiệu quả hơn”, theo Tiến sĩ David Rapoport, chuyên gia về giấc ngủ và là Phó Giáo sư tại Trung tâm Y khoa Langone thuộc Đại học New York.

Nói cách khác, nếu bạn muốn học điều gì đó, dù là tiếng Tây Ban Nha, một cách vung vợt mới khi chơi tennis, hay những chi tiết về

một sản phẩm mới của bạn, bạn sẽ học tốt hơn khi ngủ đủ.

Tăng tuổi thọ. Ngủ quá nhiều hay quá ít đều có liên quan đến việc tuổi thọ bị rút ngắn, dù chưa rõ đó là nguyên nhân hay hệ quả. Một nghiên cứu trong năm 2010 đối với phụ nữ ở độ tuổi 50-79 cho thấy tỷ lệ tử vong cao hơn ở những phụ nữ ngủ ít hơn 5 giờ và hơn 6,5 giờ mỗi đêm. Về lâu dài, ngủ đủ có lợi đối với sức khỏe của bạn.

Tăng sức sáng tạo hơn. Hãy có một đêm ngủ ngon trước khi bắt tay vào công việc. Ngoài việc tăng cường trí nhớ, não bạn dường như cũng sắp xếp và cấu trúc lại các ký ức, và điều này có thể giúp tăng cường sức sáng tạo của bạn.

Các nhà nghiên cứu tại Đại học Harvard và Đại học Boston đã phát hiện ra rằng dường như con người củng cố các thành tố cảm xúc của ký ức trong quá trình ngủ, và vì vậy, quá trình sáng tạo được thúc đẩy.

*Giúp duy trì cân nặng ở mức lành mạnh một cách dễ dàng hơ*n. Nếu bị thừa cân, bạn sẽ không có được mức năng lượng như những người có cân nặng trong giới hạn cho phép. Bên cạnh đó, nếu muốn thay đổi lối sống bằng cách tăng cường tập luyện và thay đổi chế độ ăn uống, bạn cũng nên đi ngủ sớm hơn. Buộc cơ thể tăng hoạt động thể chất đồng nghĩa với việc bạn sẽ phải cân bằng các yêu cầu đó với thời gian nghỉ ngơi phù hợp.

Điều đáng mừng là các nhà nghiên cứu tại Đại học Chicago đã phát hiện ra rằng những người ăn kiêng và nghỉ ngơi tốt tiêu hao nhiều mỡ hơn – khoảng 56% – so với những người thiếu ngủ, và những người thiếu ngủ bị mất đi một khối lượng cơ nhất định. Những người ăn kiêng trong nghiên cứu này cũng cảm thấy nhanh đói hơn khi họ ngủ ít đi. Ngủ và trao đổi chất được điều khiển bởi cùng một số khu vực của não, và khi bạn buồn ngủ, một số hoóc-môn tăng lên trong máu, và cũng chính những hoóc-môn này kích thích cảm giác thèm ăn.

Bạn thấy bớt căng thẳng. Khi nói về sức khỏe, sự căng thẳng và giấc ngủ có mối quan hệ mật thiết với nhau, và cả hai yếu tố này đều có ảnh hưởng tới tim mạch của bạn. Giấc ngủ có thể giảm mức độ căng thẳng và điều này giúp kiểm soát huyết áp tốt hơn. Giấc ngủ cũng được biết đến là có khả năng tác động đến lượng cholesterol, chất có vai trò lớn đối với bệnh tim.

Giúp tránh được sai lầm và tai nạn. Cơ quan kiểm soát an toàn giao

thông trên các tuyến quốc lộ Mỹ cho biết trong năm 2009, tình trạng mệt mỏi là nguyên nhân chiếm tỷ lệ cao nhất trong tổng số vụ tai nạn chết người do các tài xế đi một mình gây ra – xếp trên cả nguyên nhân do đồ uống có cồn! Phần lớn mọi người xem nhẹ vấn đề thiếu ngủ, nhưng cái giá đối với xã hội là rất lớn. Thiếu ngủ gây ảnh hưởng tới thời gian phản ứng và quá trình ra quyết định.

Một đêm thiếu ngủ có tác hại đối với khả năng lái xe của bạn tương đương với một ly đồ uống có cồn, vậy hãy hình dung nó có ảnh hưởng thế nào đến khả năng tập trung mà bạn cần có để trở thành một người bán hàng hàng đầu.

Vậy bạn *thực sự* cần ngủ bao nhiêu giờ? Hãy nói với tôi. Nếu bạn thấy khó ngủ hay cảm thấy quá buồn ngủ, và đây là điều khiến bạn lo lắng, tôi khuyên bạn nên đọc cuốn *Sleep Smarter: 21 Proven Tips to Sleep Your Way to a Better Body, Better Health, and Bigger Success* (tạm dịch: *21 lời khuyên cho giấc ngủ để cải thiện cơ thể, sức khỏe và đạt thành công*) của Shawn Stevenson. Đó là một trong những cuốn sách hay và là nghiên cứu tốt nhất về giấc ngủ mà tôi từng biết.

2. THƯ GIÃN TÂM TRÍ

Một yếu tố có vai trò tương đương với giấc ngủ nhưng được thực hiện trong lúc bạn thức là nghỉ ngơi. Dù một vài người sử dụng cả hai thuật ngữ này tương đương nhau, thực tế hai khái niệm có sự khác biệt rõ rệt. Bạn có thể ngủ đủ tám giờ, nhưng nếu toàn bộ thời gian thức bạn đều liên tục làm việc, bạn sẽ không có thời gian để suy nghĩ hay tái tạo năng lượng. Làm việc cả ngày, rồi chuyển tiếp từ hoạt động này sang hoạt động khác, và kết thúc một ngày bằng bữa tối nhanh chóng rồi đi ngủ muộn, như vậy, bạn không hề có khoảng thời gian tĩnh lặng nào.

Tương tự như vậy, dành cuối tuần đưa bọn trẻ tới sân bóng đá, bóng chuyền hay bóng rổ, rồi đi xem một trận bóng chày, tới nhà thờ, hát trong dàn hợp xướng, tham dự vài buổi tiệc sinh nhật… Dù tất cả những hoạt động này đều tốt, nhưng nếu tham gia quá nhiều, bạn sẽ không có thời gian tĩnh lặng hay nghỉ ngơi và phục hồi.

Chúng ta sống trong một nền văn hóa mà ở đó mọi người đều có niềm tin rằng khi cuộc sống của chúng ta bận rộn và thú vị, chúng ta sẽ có giá trị hơn, quan trọng hơn và sống động hơn. Thực tế, chúng ta đạt được tất cả những điều này khi chúng ta cảm thấy tự tin với chính mình. Dù chúng ta có ý định sống một cuộc sống cân

bằng, thế giới hiện đại đòi hỏi chúng ta luôn luôn kết nối và hiệu quả, những đòi hỏi này khiến chúng ta kiệt sức cả về cảm xúc, tinh thần và thể chất.

Nếu thay vì liên tục hoạt động, bạn có coi trọng một khoảng thời gian yên tĩnh một cách có chủ đích, một không gian thiêng liêng và sự tĩnh lặng? Điều đó sẽ thay đổi cuộc sống của bạn, khả năng chăm sóc và dạy dỗ con cái và thành công trong nghề bán hàng của bạn như thế nào?

Nghe có vẻ không hợp lý khi nghỉ ngơi trong khi danh sách những việc bạn cần làm thì dài cả dặm, nhưng thực tế là khi không làm gì cả, bạn sẽ cảm thấy khỏe khoắn hơn, nhiều năng lượng và có sức sống hơn khi không được nghỉ ngơi và quá tập trung.

Nghỉ ngơi khiến căng thẳng tan biến và các nghiên cứu đã chứng minh điều này. Các phép thực hành như yoga và thiền cũng giúp làm giảm nhịp tim, huyết áp, tiêu thụ oxy và giảm huyết áp cao, viêm khớp, mất ngủ, trầm cảm, vô sinh, ung thư và lo lắng. Nghỉ ngơi cũng mang lại những lợi ích rõ rệt về tinh thần. Chậm lại và tĩnh lặng đồng nghĩa với việc bạn có thể bắt đầu lắng nghe con người khôn ngoan có sẵn bên trong mình, những hiểu biết và tiếng nói từ bên trong. Nghỉ ngơi và người anh em thân thiết của nó là thư giãn, giúp chúng ta kết nối với thế giới bên trong cũng như xung quanh chúng ta, mang lại sự thư thái trong cuộc sống và đem lại cảm giác hạnh phúc.

Đúng vậy, nếu bạn còn băn khoăn, thì tôi khẳng định với bạn rằng bạn sẽ làm việc hiệu quả hơn, đối xử tốt với bạn bè và các thành viên trong gia đình hơn (chưa kể với khách hàng và khách hàng tiềm năng), và sẽ cảm thấy hạnh phúc hơn. Khi chúng ta nghỉ ngơi, cũng giống như cho đất đai được nghỉ thay vì liên tục canh tác và thu hoạch. Những chiếc "pin" của mỗi chúng ra cần được sạc lại. Cách tốt nhất và đơn giản nhất để sạc pin là nghỉ ngơi hoàn toàn.

NHỮNG CÁCH NGHỈ NGƠI ĐƠN GIẢN NHẤT

Hầu hết chúng ta nghỉ ngơi bằng cách giải trí. Để nghỉ ngơi, chúng ta đi leo núi, làm vườn, tập thể dục hay thậm chí là tổ chức tiệc. Những hoạt động này được gọi là nghỉ ngơi vì chúng không liên quan đến công việc, nhưng thực ra đây chưa phải, và không thể được định nghĩa là nghỉ ngơi.

Thay vào đó, nghỉ ngơi được định nghĩa là một hình thức ngủ

trong lúc vẫn còn thức, bạn trải nghiệm điều này khi vẫn nhận thức đầy đủ mọi thứ xung quanh. Nghỉ ngơi là một cầu nối cần thiết với ngủ, chúng ta có được nghỉ ngơi và ngủ theo cùng một cách: tạo không gian cho cả hai hoạt động này và cho phép chúng diễn ra. Mọi tổ chức sống đều cần nghỉ ngơi, bạn cũng vậy. Khi chúng ta không dành thời gian nghỉ ngơi, cơ thể chúng ta sẽ bị ảnh hưởng rất nhiều.

- Nếu bạn đang thực hành Life S.A.V.E.R.S. và mỗi sáng đều dành năm phút để thiền hay ngồi tĩnh lặng, đó là một khởi đầu tốt.
- Bạn có thể dành các ngày Chủ nhật để nghỉ ngơi, hoặc nếu bạn bận vào Chủ nhật, có thể dành một ngày khác trong tuần. Bạn có thể đọc, xem phim, làm một việc gì đó cùng với gia đình hoặc ở một mình. Thử nấu nướng, chơi cùng các con hoặc đi dạo cùng các thành viên trong gia đình.
- Khi bạn lái xe, hãy lái trong yên lặng bằng cách tắt radio và xếp gọn điện thoại lại.
- Đi dạo trong lúc dùng bông nút tai. Đi dạo giữa thiên nhiên mà không có ý định hay mục tiêu nào, như để đốt cháy calorie, cũng rất hiệu quả.
- Tắt tivi. Hãy dành ra nửa giờ, một giờ hay thậm chí nửa ngày trong tĩnh lặng. Bạn cũng nên thử chủ động hít thở, trong lúc thở chú ý vào hơi thở ra, hít vào và khoảng cách giữa mỗi lần hít thở.
- Bạn cũng có thể uống trà, đọc một điều gì đó có khả năng truyền cảm hứng, viết nhật ký, tắm nước nóng hay massage.
- Tham gia một chuyến đi chơi. Có thể là đi cùng với đồng nghiệp, nhóm bạn hay cộng đồng mà bạn tham gia, gia đình, người bạn đời hoặc đi một mình giữa thiên nhiên. Trong một chuyến đi trước đây, chúng tôi được yêu cầu giữ yên lặng từ tối hôm trước đến sáng hôm sau. Đó là một trong những khoảng thời gian tuyệt vời nhất trong cuộc đời tôi, khi tôi được trải nghiệm sự thông suốt và yên bình.

  Thậm chí ngủ một giấc cũng là một cách nghỉ ngơi và tái tạo năng lượng hữu hiệu. Những giấc ngủ ngắn cũng có thể mang lại thói quen ngủ tốt hơn.

- Sẽ rất hữu ích nếu bạn đặt ra khoảng thời gian cụ thể để nghỉ ngơi. Bạn cần đặt giới hạn để bảo đảm rằng bạn chắc chắn sẽ dùng khoảng thời gian để nghỉ ngơi.

Thói quen nghỉ ngơi

Nghỉ ngơi không phải là điều chúng ta được học ở trong trường học và bạn có thể thấy rằng bạn cần học cách nghỉ ngơi và biến nó thành một thói quen – ban đầu thói quen này sẽ không đến một cách tự nhiên. Các cách thực hành như yoga Nidra, yoga phục hồi và tĩnh lặng tự nguyện đều là những cách hữu hiệu để khám phá bản thân và đạt được trạng thái nghỉ ngơi, đặc biệt là khi bạn thực hành thường xuyên.

Tìm hiểu về những lợi ích của việc nghỉ ngơi thông qua nhiều hình thức thực hành và thực hiện trong đời sống hằng ngày cũng là một cách hiệu quả để giúp cơ thể, tâm trí và tinh thần của bạn nghỉ ngơi từ sâu bên trong. Hãy nghĩ xem chính bạn và sự nghiệp bán hàng của bạn sẽ thu được lợi ích như thế nào từ việc bạn dành thời gian chăm sóc bản thân.

3. ĂN UỐNG ĐỂ TÁI TẠO NĂNG LƯỢNG

Một người bán hàng thiếu sức sống sẽ bán được ít hơn khả năng vốn có và khi nói đến năng lượng, thực phẩm có lẽ đóng vai trò quan trọng hơn tất cả. Nếu cũng như hầu hết mọi người, bạn chọn thức ăn trước hết dựa trên khẩu vị, sau đó mới là tác động của thực phẩm. Nhưng những gì chúng ta thích ăn không phải lúc nào cũng mang lại nguồn năng lượng nhiều nhất.

Việc sử dụng thực phẩm ngon miệng không sai nhưng nếu bạn muốn thực sự khỏe mạnh và có nguồn năng lượng để trở thành người bán hàng hàng đầu, bạn phải **học cách coi trọng nguồn năng lượng tốt từ thức ăn mà bạn dùng hơn là vị giác**. Tiêu hóa thức ăn là một trong những quá trình mà cơ thể tiêu tốn nhiều năng lượng nhất (bạn có thể cảm thấy rất mệt sau khi ăn một bữa ăn lớn, ví dụ bữa tối trong ngày Lễ Tạ ơn). Vì thế, **dùng những loại thức ăn mang lại cho bạn nhiều năng lượng hơn mức năng lượng bạn cần để tiêu thụ lượng thức ăn đó là bí quyết để duy trì mức năng lượng vượt trội** *trong cả ngày***.**

Những loại thực phẩm như bánh mì, thịt nấu sẵn, sản phẩm từ sữa và thức ăn chế biến sẵn cần nhiều năng lượng để tiêu thụ và đóng góp rất ít năng lượng cho cơ thể, có thể khiến bạn thiếu năng lượng. Những loại thức ăn như hoa quả tươi, rau xanh, các loại hạt thường mang lại cho bạn nhiều năng lượng hơn những gì chúng lấy đi, mang lại cho bạn nguồn năng lượng dồi dào để phát huy tốt nhất khả năng của bạn.

Tôi đã thay đổi cách nhìn của mình về thực phẩm, từ chỗ là một phần thưởng, món quà hay niềm vui thích sang một dạng nhiên liệu cung cấp cho tôi năng lượng. Tôi muốn ăn những món ăn vừa ngon lành, có lợi cho sức khỏe, vừa cung cấp cho tôi nguồn năng lượng đủ để tôi làm việc một cách khỏe khoắn bao lâu tùy ý. Về mặt kỹ thuật, thực phẩm chỉ là nguồn nhiên liệu cho cuộc sống, cho *công việc bán hàng*.

Bạn đừng hiểu sai ý tôi. Tôi vẫn tận hưởng một số món ăn dù không phải là những món có lợi nhất cho sức khỏe, nhưng tôi dành những món đó cho những lúc tôi không cần duy trì năng lượng ở mức tối ưu, như vào buổi tối hay cuối tuần.

Cách đơn giản nhất để tôi bắt đầu có những quyết định đúng đắn về việc ăn uống là bắt đầu chú ý đến cảm nhận của mình sau khi ăn các loại thực phẩm. Tôi đặt chuông báo cho 60 phút đầu tiên sau khi ăn. Một giờ sau, chuông báo của tôi sẽ đổ chuông và tôi đánh giá mức năng lượng của mình. Sẽ không khó để đánh giá cách ăn uống có tác động như thế nào đến bạn. Tôi có thể nhận thấy rõ rệt sự khác biệt về năng lượng trong cơ thể mình giữa một hôm tôi ăn sushi hay salad với một hôm tôi ăn sandwich gà hay một loại pizza nào đó có mùi hấp dẫn. Tôi nhận thấy rằng bằng việc sử dụng nhiều thực phẩm có lợi cho sức khỏe, tôi cũng ngăn bản thân sử dụng những loại thực phẩm có hại cho sức khỏe.

Điều nên làm là ăn những thức ăn bạn cần để cung cấp nhiên liệu và "sạc pin" cho cơ thể bạn – mang lại cho cơ thể bạn chính xác những gì nó cần để tạo ra mức năng lượng bền vững. Bạn nghĩ sao nếu có thể cung cấp cho cơ thể những gì nó cần để làm việc và vui chơi bao lâu tùy ý? Bạn nghĩ sao nếu có thể mang lại cho chính bản thân mình những gì bạn xứng đáng có được – một sức khỏe tuyệt vời – từ việc bạn chọn ăn và uống đúng cách.

Nếu bạn không coi trọng việc ăn uống, chỉ ghé xe vào cửa hàng ăn nhanh khi đã quá đói, có lẽ đã đến lúc bạn cần có một chiến lược mới.

Hãy cân nhắc những điều dưới đây:

- Liệu tôi có thể cân nhắc tác động của những thực phẩm mà tôi ăn (tác động với sức khỏe cũng như năng lượng), và cân nhắc những yếu tố này hơn cả việc thức ăn có ngon hay không?
- Tôi có thể luôn luôn mang theo nước, nhờ đó, tôi có thể chủ động bổ sung nước cho cơ thể và tránh bị tình trạng mất

nước?

- Tôi có thể tính trước các bữa ăn không, bao gồm cả đồ ăn vặt, qua đó, tôi có thể từ bỏ những thói quen có hại?

Chắc chắn rồi, bạn có thể làm tất cả những điều này và hơn thế nữa. Hãy nghĩ xem cuộc sống của bạn sẽ tốt hơn và bạn sẽ tăng doanh số thêm như thế nào khi có ý thức và xây dựng được thói quen ăn uống lành mạnh:

- Bạn sẽ dành thêm thời gian để nghĩ tới thức ăn (và thực sự tận hưởng những món mà bạn ăn).
- Bạn sẽ mất ít thời gian để chuẩn bị đồ ăn hơn.
- Bạn sẽ tốn ít tiền cho thực phẩm hơn.
- Bạn sẽ ăn ít hơn.
- Bạn sẽ khỏe mạnh hơn và cảm thấy dễ chịu hơn.
- Lợi ích tổng thể: Bạn sẽ ổn định cân nặng của mình một cách tự nhiên mà không phải nỗ lực nhiều.
- Lợi ích tốt nhất: Bạn sẽ tăng doanh số và kiếm thêm nhiều tiền, bởi vì trông bạn sẽ rất thoải mái và luôn cảm thấy phấn chấn – khi đó bạn sẽ là một thỏi nam châm bán hàng!

Cùng với tập luyện, thiền và nghỉ ngơi, lựa chọn thực phẩm thông minh là một bước đi tích cực và đúng hướng cho chính bạn, cũng như sự nghiệp bán hàng của bạn.

Như một phần của *Buổi sáng diệu kỳ*, bạn cần uống cốc nước đầu tiên trong ngày vào lúc bắt đầu ngày mới. Tôi cho rằng với mỗi bữa ăn, bạn cũng nên uống thêm một cốc nước, như vậy, bạn sẽ dễ dàng đạt được số lượng 8-10 cốc nước mỗi ngày. Tôi bắt đầu và kết thúc một ngày của mình bằng việc uống nước. Thậm chí, nhiều buổi sáng trước khi đến công ty, tôi đã uống được khoảng 1,5 lít nước.

Tôi chủ động cung cấp năng lượng cho cơ thể khoảng 3-4 giờ một lần. Các bữa ăn của tôi thường bao gồm các dạng protein hay rau xanh. Tôi thường ăn nhẹ bằng hoa quả, các thanh protein, nho khô phủ sô-cô-la hay sữa chua. Tôi cố gắng lập kế hoạch để có những bữa ăn tốt nhất trong những ngày tôi cần làm việc năng suất cao.

Tôi tin rằng ăn uống khoa học trong phần lớn thời gian, cộng với tập luyện, cho phép tôi thỉnh thoảng được ăn những món tôi muốn, cho dù chúng không có lợi lắm cho sức khỏe. Tôi tin rằng

tôi có thể ăn bất kỳ món gì tôi muốn, nhưng không phải là luôn luôn ăn gì tùy thích. Tôi đã học được rằng tôi có thể thử mọi món, nhưng chỉ ăn vừa đủ để cảm thấy thoải mái.

Cuối cùng, đây là điều đơn giản cần ghi nhớ: thực phẩm là nhiên liệu. Nó giúp bạn sống và làm việc từ khi bắt đầu đến khi kết thúc một ngày, giúp bạn cảm thấy khỏe khoắn và tràn đầy năng lượng. Thực phẩm có thể được dùng như nguồn nhiên liệu mà bạn cần, và bạn có thể dùng nó để mang lại lợi ích cho mình: cho bạn nguồn năng lượng vô tận để trở thành người bán hàng vượt trội mà bạn mong muốn trở thành!

THỰC HÀNH, THỰC HÀNH, THỰC HÀNH

Hãy nhớ rằng khi nỗ lực thực hiện những hoạt động này – ngủ, nghỉ ngơi và ăn uống khoa học hơn – ban đầu bạn có thể cảm thấy không thoải mái. Nó có thể giống như bạn đang ở trong một chiếc máy bay ở độ cao 11.000m: ngay khi bạn bắt đầu hạ cánh, sẽ hơi xóc một chút.

Tâm trí và cơ thể bạn trải qua những điều tương tự như vậy và bạn có thể đối mặt với trạng thái "nhiễu động cảm xúc". Nhiều người thấy không thoải mái tới mức họ trốn chạy khỏi tình trạng đó bằng cách bận rộn trở lại. Hãy vượt qua mong muốn đào thoát khỏi cảm giác khó chịu đó.

Bạn càng có thêm nhiều khoảng thời gian cho nghỉ ngơi và tĩnh lặng trong cuộc sống hằng ngày, hiệu quả sẽ càng lớn. Trong những khoảng thời gian tĩnh lặng, có lẽ bạn không cần nghỉ ngơi nhiều, nhưng trong những lúc căng thẳng (như cần đạt chỉ tiêu lớn hay sắp đến hạn chót quan trọng), bạn càng cần những khoảng thời gian nghỉ ngơi và tĩnh lặng hơn thông thường.

Làm nghề bán hàng đồng nghĩa với việc bạn thường xuyên bị căng thẳng. Bạn cần dành thời gian cho nghỉ ngơi, tái tạo năng lượng, tĩnh lặng và chăm sóc bản thân theo cùng cách mà bạn lên kế hoạch cho những cuộc họp. Năng lượng mà bạn có được từ quá trình này sẽ giúp ích cho bạn rất nhiều.

Giờ bạn đã tạo ra nguồn năng lượng dường như vô tận rồi, bạn sẽ làm gì với nó? Nguồn năng lượng không sử dụng đến cũng bất lợi như khi không có năng lượng. Vì vậy, nguyên lý bán hàng tiếp theo có vai trò rất quan trọng.

CÁC BƯỚC ĐỂ TĂNG DOANH SỐ

Bước 1: Đưa giấc ngủ trở thành một ưu tiên hàng đầu, bằng cách chọn khung giờ cố định để ngủ và thức dậy. Quyết định xem bạn muốn dậy để thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* vào khi nào và từ đó điều chỉnh giờ ngủ. Hãy đảm bảo rằng bạn ngủ đủ và duy trì giờ đi ngủ cố định trong một vài tuần để giúp đồng hồ sinh học làm quen với giờ giấc mới. Sau vài tuần, bạn có thể điều chỉnh số giờ ngủ để làm sao tối ưu hóa mức năng lượng của mình. (Thử thiền trước khi đi ngủ nếu bạn cảm thấy khó ngủ vào đúng giờ mà bạn đã cam kết.)

Bước 2: Dành thời gian trong lịch trình của bạn cho nghỉ ngơi và tái tạo năng lượng. Ví dụ, Hal dành 2 giờ để nghỉ trưa cho các ngày trong tuần, thời gian đó, anh dành để chơi bóng chuyền – môn thể thao anh ưa thích và giúp anh tái tạo năng lượng. Bạn có thể lên kế hoạch làm gì trong ngày để giúp bạn tái tạo năng lượng? Ngoài thói quen thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, bạn nên dành thời gian để nghỉ ngơi và tái tạo năng lượng.

Bước 3: Bạn cũng nên dành thời gian dài hơn cho những hoạt động thư giãn, như hẹn hò một tuần một lần, mỗi tháng đi chơi một lần hay đi nghỉ hằng năm. Nhiều người trong chúng ta có các chu trình trong công việc bán hàng, và chúng ta nên lên kế hoạch cho các chu trình trong cuộc sống dựa theo đó. Bạn nên lên kế hoạch nghỉ ngơi ít nhất vài tuần trong năm, thậm chí có thể là mỗi quý một lần. Hãy lên kế hoạch và chi trả trước để buộc bản thân thực hiện theo kế hoạch.

Bước 4: Bắt đầu ăn uống khoa học để tái tạo năng lượng. Hãy thử mỗi ngày chuẩn bị một bữa ăn mới và lành mạnh. Nếu bạn đã có mỗi ngày một bữa ăn lành mạnh, hãy thử thêm một bữa nữa hay thử một vài loại thức ăn vặt có lợi cho sức khỏe. Và bạn hãy nhớ mang theo nước mọi lúc để bù nước cho cơ thể.

Bước nâng cao: Tìm cách kết hợp nhiều hoạt động với nhau. Lên kế hoạch đi leo núi với bạn bè hoặc gia đình, hay tạo một cuộc hẹn để cùng ăn những món ăn lành mạnh.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— JOHN RUHLIN

Tổng Giám đốc, Tập đoàn Ruhlin

John có vai trò đáng ghi nhận khi là nhà phân phối số một trong lịch sử 65 năm của doanh nghiệp Mỹ Cutco Cutlery, nhà sản xuất dao nĩa lớn nhất Bắc Mỹ và là một trong những công ty bán hàng trực tiếp lớn nhất thế giới. Dù kết quả bán hàng kỷ lục tạo cho anh một chỗ đứng vững chắc, nhưng anh vẫn đứng ra tạo lập Tập đoàn Ruhlin, một doanh nghiệp chuyên giúp các công ty phát triển, thực hiện chiến lược tặng quà và quà cảm ơn đối với khách hàng tiềm năng, nhân viên, khách hàng, nhà đầu tư và những người liên quan có vai trò quan trọng khác.

"Tôi có hai đứa con, vì thế, giờ thức dậy vào buổi sáng của tôi có biến đổi chút ít. Mọi thứ phụ thuộc vào việc tôi có đi công tác nước ngoài hay không, nhưng tôi thường thức dậy trong khoảng 5 rưỡi đến 6 giờ. Tôi dậy và đeo kính áp tròng ngay lập tức để mắt tôi tỉnh táo. Tôi uống một cốc nước. Tôi cố gắng ăn đồ ăn có protein càng sớm càng tốt. Sau đó, tôi ăn một ít hạt và quả mọng. Tôi có phòng xông hơi trong nhà, tôi tới đó và tập một vài bài tập về hít thở hoặc tới phòng tập. Tôi sẽ tập một số bài cardio hoặc tập theo chương trình rèn luyện sức khỏe đặc biệt mà tôi đã đăng ký tham gia. Nếu không tập thể dục vào buổi sáng thì cả ngày hôm đó, tôi sẽ cảm thấy rất khó chịu.

Tôi dành thời gian cho đức tin. Thông thường, tôi đọc Kinh Thánh khoảng 10 phút rồi cầu nguyện trong khoảng 10 phút nữa. Tôi cũng cố gắng đọc sách báo khoảng 15-30 phút trong ngày, có thể là các báo *Wall Street Journal* hay *Business Insider.* Tôi thường chỉ ngừng đọc khi có điện thoại khiến tôi cần tập trung vào các sự kiện công việc hay những sự kiện hiện thời.

Thời trẻ, tôi có thể kéo dài thời gian làm việc hơn. Tôi có thể thức đến 2-3 giờ sáng để hoàn thành công việc. Nhưng khi có nhiều mối ưu tiên hơn và trong số đó là những mối ưu tiên quan trọng, tôi nhận ra rằng nếu không lên kế hoạch trước và không thực hiện đủ những công việc này trong nửa đầu của ngày làm việc, nhiều khả năng tôi sẽ không làm được việc gì hiệu quả trong suốt ngày hôm đó. Nói chung, tôi nghĩ rằng nếu tập luyện, thì dù ngày hôm đó không như ý muốn, bạn cũng có thể nói rằng ít nhất bạn cũng đã hoàn thành được việc chăm sóc bản thân. Tôi cũng cho rằng, mọi người thường cảm thấy tốt hơn và tự tin hơn khi họ khỏe mạnh cả về thể chất và tinh thần, điều này có được từ những hoạt động như luyện tập và cầu nguyện."

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— ALBERT BELO

Nhà sáng lập, Million Miracles for Kids

"Tôi vốn luôn dậy sớm vào buổi sáng để đi làm nhưng thường thì tôi rất mệt mỏi với việc này. Tôi ghét phải ra khỏi giường và không còn yêu thích công việc tôi đang làm và thường cảm thấy chán nản.

Buổi sáng diệu kỳ đã thay đổi cuộc sống của tôi rất nhiều! Tôi thường xuyên dậy sớm, đôi khi còn dậy trước khi đồng hồ báo thức đổ chuông. Tôi cảm thấy tràn đầy năng lượng trong cả ngày và đạt được nhiều thành tựu. Năng suất làm việc của tôi tăng lên rõ rệt và tôi cảm thấy mình thông suốt về mọi việc.

Trước khi thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi làm việc cho một công ty và thường cảm thấy chán nản với những gì mình đang làm. Giờ đây, tôi không chỉ làm việc tại một công ty khác mà tôi yêu thích, tôi còn đóng vai trò là cộng sự và tăng thu nhập của mình thêm 15% so với trước kia.

Chương 6

Nguyên lý bán hàng không phải ai cũng biết . #3: tập trung cao độ

"Cho dù chuyện gì đang xảy ra, thì người thành công vẫn luôn tập trung vào mặt tích cực của cuộc sống. Họ nhìn vào thành công nhiều hơn là nhìn vào thất bại trong quá khứ, và tập trung vào việc cần làm để đạt mục tiêu hơn là để bản thân bị phân tâm bởi vô vàn vấn đề trong cuộc sống."

— JACK CANFIELD

Chắc hẳn ai trong chúng ta cũng từng gặp một người như thế này. Cô ấy đăng ký thi chạy marathon, làm huấn luyện cho nhóm, tham gia tình nguyện, nấu ăn ngon, lại còn viết hồi ký. Quan trọng hơn cả, cô ấy là người bán hàng xuất sắc, doanh số luôn đứng đầu, và sẵn sàng làm mọi thứ để phát triển lĩnh vực của mình.

Tôi cá là bạn cũng biết ai đó như vậy. Họ luôn có vẻ hoàn hảo. Điều bạn không biết, là họ làm như thế nào để được như vậy. Có lẽ bạn vẫn nghĩ họ may mắn, có tài năng bẩm sinh, có người nâng đỡ, có tố chất cần thiết để thành công, hoặc đơn giản là có siêu năng lực.

Dù tất cả yếu tố ở trên đều giúp bạn khi bán hàng, từ kinh nghiệm cá nhân, tôi biết rằng siêu năng lực thật sự giúp bạn thành công chính là *sự tập trung.*

Đó là khả năng chỉ ra chính xác đâu là điều quan trọng, dồn tất cả năng lượng mình có vào đó, và không để những vấn đề diễn ra xung quanh hay cảm xúc của bản thân đánh lạc hướng.

Khi luyện tập được khả năng tập trung cao độ, tuy bạn không trở thành siêu nhân, nhưng bạn có thể làm được những việc như một siêu nhân thực thụ. Dưới đây là một số lý do.

- **Tập trung giúp bạn làm việc hiệu quả:** Nhiều nhất hay nhanh nhất không đồng nghĩa với hiệu quả. Hiệu quả là làm *đúng việc* cần làm. Hãy xác định đâu là điểm trọng yếu giúp bạn tăng doanh số bán hàng.
- **Tập trung giúp bạn tiết kiệm công sức.** Điều này có nghĩa bạn cần dùng ít nguồn lực hơn, như thời gian, sức lực và tiền bạc để thực hiện cùng một công việc. Mỗi khi mất tập trung, bạn lại lãng phí nguồn lực của mình, đặc biệt là thời gian, mà trong kinh doanh, thời gian là tiền bạc. Bạn có thể đánh mất không ít tiền khi thiếu tập trung.
- **Tập trung khiến bạn tăng năng suất.** Khi xác định được việc trọng yếu, tập trung toàn lực vào đúng việc, làm đúng cách, bạn sẽ đạt được nhiều nhất, với nguồn lực cần tiêu tốn ở mức thấp nhất. Đừng nhầm lẫn giữa *cần mẫn* và năng suất. Những việc tốn thời gian, thiếu mục đích như rửa xe hay sắp xếp lại đồ lần thứ 12 trong cùng một tháng khó có thể được coi là việc làm của một người năng suất. Hãy làm theo các bước dưới đây, bạn sẽ luyện tập được thói quen tập trung cao độ và trở thành người bán hàng hiệu quả.

Lợi ích lớn nhất của sự tập trung là bạn không chỉ tăng doanh số bán hàng, mà còn thay đổi được nhiều khía cạnh quan trọng khác trong cuộc sống. Đừng phân tán sức lực của mình vào nhiều lĩnh vực để cuối cùng, lĩnh vực nào cũng chỉ đạt kết quả trung bình. Hãy tập trung toàn lực vào mảng nào nhiều tiềm năng nhất, *và* có thể mang lại thay đổi lớn nhất cho cuộc sống của bạn.

Bây giờ, hãy biến *Buổi sáng diệu kỳ* thành nhiệm vụ của bạn. Dưới đây là ba bước để tận dụng tối đa thời gian buổi sáng.

1. TÌM MÔI TRƯỜNG PHÙ HỢP NHẤT ĐỂ TẬP TRUNG

Hãy bắt đầu từ đây: *Bạn cần môi trường thích hợp* để tập trung cao độ. Đó có thể là phòng làm việc tại công ty hoặc tại nhà, hay quán cà phê, bất cứ nơi nào bạn có thể tập trung hoàn toàn để làm việc.

Lý do thứ nhất là bạn khó tập trung tốt nếu phải chạy từ nơi này sang nơi khác để làm việc. Lý do thứ hai, lớn hơn, là bạn cần một nơi để **kích hoạt thói quen tập trung**. Ví dụ, nếu bạn làm việc ở bàn ăn trong bếp hay gọi điện cho khách hàng lúc đang ngả ngớn

trên ghế trong phòng khách, bạn sẽ bị phân tâm bởi vô vàn thứ hấp dẫn như đồ ăn vặt hay các chương trình truyền hình. Vì vậy, hãy chọn một chỗ ngồi cố định, một khung thời gian nào đó trong ngày để tạo thói quen tập trung làm việc tại đúng địa điểm và khung giờ đó.

Nếu công việc của bạn đòi hỏi phải di chuyển nhiều, hãy dùng luôn phương tiện di chuyển như ô tô, hay địa điểm dừng chân như quán cà phê để làm việc. Nếu tạo được thói quen làm việc khi đang di chuyển, bạn có thể tập trung như khi ở văn phòng. Khi đã quen, và biết chính xác mình cần mang theo thứ gì, bạn có thể làm việc ở bất cứ đâu. Tôi thậm chí có thể làm việc ngay tại ghế trong phòng khách nhà bạn nếu cần (chỉ còn đợi bạn mở lời thôi).

2. LOẠI BỎ YẾU TỐ GÂY SAO NHÃNG

Những việc lặt vặt chính là tác nhân gây sao nhãng số một, và loại bỏ chúng là nhiệm vụ tiếp theo. Tác nhân gây sao nhãng có hai loại, tâm lý và vật chất, thông thường chúng ta có cả hai loại này. Đó có thể là những suy nghĩ như "*Sắp đến sinh nhật em gái. Mình cần chuẩn bị quà và thiệp mừng*" hay "*Bữa tối hôm trước thật tuyệt vời, mình phải cảm ơn chủ nhà mới được*" hoặc "*Mình phải trả lời thư khách hàng mới trước khi rời văn phòng*".

Đấy cũng có thể là những việc cần làm trong cuộc sống hằng ngày như thu dọn đống giấy tờ, báo chí cũ, giấy ghi nhớ, những bộ quần áo chẳng bao giờ mặc đến, đống rác trong nhà để xe, chỗ phụ kiện và vô vàn thứ lặt vặt khác.

Dù thuộc loại nào, những việc linh tinh như trên đều cản trở khả năng tập trung của bạn. Chúng giống như màn sương mù hạn chế tầm nhìn. Điều bạn cần làm là phải *thật sự nhìn* xuyên qua màn sương đó để xác định đâu là việc quan trọng, loại bỏ những suy nghĩ lặt vặt để giảm áp lực phải ghi nhớ những việc lặt vặt.

Sau đây là phương pháp đơn giản để loại bỏ tác nhân gây sao nhãng.

- **Lên danh sách việc cần làm.** Nếu bạn có nhiều việc phải làm mà chưa viết ra, hãy bắt đầu từ đây. Nếu bạn liệt kê việc phải làm vào giấy ghi nhớ và dán khắp nơi như bàn làm việc, máy tính, tủ lạnh…, hãy chuyển hết đống giấy đó về một nơi, liệt kê việc phải làm trên một file duy nhất. Việc này giúp bạn không phải ghi nhớ nhiều.
- **Thu dọn khu vực làm việc.** Hãy dành hẳn một buổi (thậm

chí cả ngày) để thu dọn giấy tờ, thư từ, bàn làm việc. Lọc ra những thứ còn dùng đến, hủy bỏ tài liệu không cần nữa. Sao lưu giấy tờ quan trọng. Ghi chú lại những thứ cần làm mà không thể nhờ ai khác, chọn thời điểm để hoàn thành chúng.

- **Sắp xếp cuộc sống.** Thu dọn ngăn kéo, tủ đồ, hay bất kỳ thứ gì khiến bạn cảm thấy xáo trộn khi nhìn thấy. Việc này có thể mất vài giờ hoặc vài ngày. Nếu cần nhiều thời gian, hãy lên lịch để mỗi ngày làm một ít cho đến khi thu dọn xong hết. Suy nghĩ "chỉ cần một cuối tuần là xong" sẽ khiến bạn không bao giờ bắt tay vào làm. Hãy bắt đầu từ việc nhỏ, như thu dọn một ngăn kéo.

Sắp xếp mọi thứ ngăn nắp, dù là suy nghĩ hay đồ vật, sẽ giúp tăng cường khả năng tập trung, vì bạn có thể dồn toàn bộ tâm trí vào những việc *thật sự quan trọng*.

3. PHÁT TRIỂN KHẢ NĂNG TẬP TRUNG CAO ĐỘ

Khi đã xác định được lĩnh vực cần tập trung, và bắt đầu sắp xếp lại cuộc sống, bạn sẽ thấy khả năng tập trung được cải thiện đáng kể, nhờ loại bỏ được lớp sương mù cản trở khả năng nhìn nhận vấn đề.

Bây giờ là lúc luyện tập ở mức độ cao hơn. Tôi thường dùng ba câu hỏi sau để nâng cao khả năng tập trung của bản thân:

- Tôi cần *tiếp tục làm gì* (hoặc nhiều hơn thế)?
- Tôi cần *bắt đầu làm gì* để đạt kết quả cao hơn?
- Tôi cần *lập tức ngừng làm điều gì,* vì đó là những thứ cản trở tôi tiến bộ hơn?

Nếu bạn có thể trả lời ba câu hỏi trên, và thực hiện những hành động được liệt kê trong câu trả lời, bạn sẽ thấy năng suất làm việc cải thiện đáng kể. Hãy cùng tìm hiểu kỹ hơn từng câu hỏi.

BẠN CẦN TIẾP TỤC LÀM GÌ? (HOẶC NHIỀU HƠN THẾ)

Thẳng thắn mà nói, không phải chiến lược hay mẹo bán hàng nào cũng hiệu quả như nhau. Một số chỉ phát huy tác dụng trong một giai đoạn nhất định, sau đó giảm hiệu quả. Thậm chí, một số khiến cho kết quả trở nên tệ hơn.

Hiện tại, có lẽ bạn đã và đang áp dụng một số biện pháp hiệu quả, và vừa đọc vừa gật gù với những kỹ thuật bán hàng được liệt kê

trong những chương tiếp theo của cuốn sách này. Có lẽ bạn biết rằng một số việc bạn đang làm có hiệu quả tốt. Hãy liệt kê những điều bạn đang làm đúng vào danh sách "Việc làm hiệu quả", bao gồm việc bạn đang tìm khách hàng tiềm năng hay bạn tìm được những người quan tâm đến sản phẩm của bạn thông qua nhóm kết nối.

Hãy chắc chắn rằng những điều bạn liệt kê thật sự giúp bạn tăng doanh số bán hàng. Theo nguyên tắc 80/20 (nguyên tắc Pareto), 80% kết quả đến từ 20% nỗ lực. Vậy phần 20% nào của những gì bạn đang làm có tác động đến 80% kết quả? Làm những điều mình *thích* luôn dễ chịu hơn, nhưng chúng ta đang nói về lĩnh vực bán hàng, vì vậy phải chắc chắn rằng việc bạn đang làm thật sự giúp tiếp cận khách hàng, chốt hợp đồng và mang về lợi nhuận.

Ở cuối chương này, bạn sẽ có cơ hội viết lại những việc bạn đang làm đúng. (Tôi hy vọng rằng việc áp dụng Life S.A.V.E.R.S sẽ nằm trong số đó.) Bạn sẽ tiếp tục thực hiện những điều trong danh sách đó cho đến khi tìm ra việc hiệu quả hơn.

Hãy chắc chắn rằng bạn liệt kê chính xác những việc *nên làm nhiều hơn* (nói cách khác là *những việc bạn chưa làm đến nơi đến chốn*). Bạn đang gọi cho 20 khách hàng mỗi ngày, nhưng vẫn chưa đạt mục tiêu doanh số? Cần nhớ rằng, **tỷ lệ tiếp cận khách hàng tiềm năng tăng bao nhiêu %, thì theo thời gian, doanh số cũng sẽ tăng theo tỷ lệ tương ứng.** Hãy gọi cho 30 khách hàng (tăng 50% so với số lượng 20 người ban đầu), và sớm muộn gì, doanh số của các bạn cũng tăng tương tự.

Hãy tiếp tục làm những việc đang mang lại hiệu quả. Còn nếu bạn muốn đạt hiệu quả cao hơn nữa, hãy làm những việc đó *nhiều hơn* nữa.

BẠN CẦN BẮT ĐẦU LÀM GÌ?

Sau khi liệt kê những việc mang lại hiệu quả, và xác định được *cần làm gì nhiều hơn*, bạn cần xem xét xem còn việc gì mình nên bắt đầu làm để nâng cao hiệu quả.

Dưới đây là một số gợi ý giúp bạn thực hiện điều đó:

Sắp xếp cơ sở dữ liệu về khách hàng trong quá khứ, khách hàng tiềm năng hiện tại và phạm vi tiếp cận để luôn có nguồn khách hàng quay trở lại và khách hàng được giới thiệu. Về nội dung này, các bạn nên đọc cuốn *7L: The Seven Levels of Communication* (tạm dịch: *7 cấp độ giao tiếp)* của Michael J. Maher. Hãy chắc chắn rằng

biện pháp tiếp cận thị trường qua Internet của bạn đem lại hiệu quả. Bạn có thể dùng những trang dịch vụ như Likeable Hub (likeablehub.com) hoặc thuê ai đó đẩy mạnh các kênh giao tiếp đại chúng, tối đa hóa công cụ tìm kiếm (SEO), tăng tỷ lệ phản hồi và phát triển nội dung marketing.

- Lập *lịch trình làm việc cơ bản*: Hãy lập kế hoạch làm việc, tốt nhất là theo tuần, để mỗi ngày khi thức dậy, bạn lập tức biết việc quan trọng cần hoàn thành là gì, và những việc đó đã được lên kế hoạch. Thời điểm tốt để điều chỉnh hay lập kế hoạch cho tuần mới là tối Chủ nhật hằng tuần.
- Kiểm tra kế hoạch marketing để đảm bảo bạn đang tiếp cận đúng đối tượng khách hàng, tập trung vào đúng nhu cầu và mong muốn của họ.
- Sau khi xác định được những việc khiến bạn tốn thời gian nhưng *không trực tiếp* mang lại hiệu quả, hãy lên kế hoạch thuê người làm thay những việc đó. Đó có thể là trợ lý riêng, hoặc thực tập sinh để tiết kiệm chi phí. Hãy nghĩ rằng, thuê người làm chính là một kiểu đầu tư. Việc này giúp bạn giải phóng thời gian, tập trung cho những việc thật sự quan trọng để tăng doanh số lên 20-50%. Hãy nghĩ lớn.
- Lời khuyên của tôi là đừng để bản thân bị quá tải. Không ai có thể làm mọi thứ cùng một lúc. Bạn không cần phải liệt kê tới 58 việc và bắt bản thân làm hết ngay hôm sau. Lợi ích của lịch trình hằng ngày là bạn có thể luyện tập từng việc một, cho đến khi mọi thứ trở thành thói quen.

BẠN CẦN NGỪNG LÀM GÌ?

Đến lúc này, có lẽ bạn đã liệt kê được một số việc cần bắt tay vào làm. Nếu bạn đang băn khoăn làm sao có đủ thời gian cho từng ấy việc, có lẽ bạn sẽ thích bước này nhất. Đây là lúc dừng lại những công việc ít hiệu quả, để tập trung thời gian cho việc trọng tâm.

Tôi chắc chắn rằng có một số công việc hằng ngày, nếu giao cho ai đó làm thay, hoặc đơn giản không làm nữa, sẽ khiến bạn thoải mái hơn nhiều.

Tại sao không dừng:

- ăn những thứ không tốt cho sức khỏe, khiến bạn thấy mệt mỏi?
- làm việc khi bạn đang mệt mỏi, hoặc đang trong kỳ nghỉ cuối tuần hay nghỉ lễ?

- phải lập tức trả lời mọi thư từ?
- phải liên tục trả lời điện thoại? Hãy chuyển các cuộc gọi sang hộp thư thoại, và trả lời vào khung thời gian phù hợp.
- lặp đi lặp lại những công việc như thanh toán hóa đơn, mua bán hàng hóa vài lần mỗi tuần, hoặc dọn dẹp nhà cửa?

Nếu bạn muốn tăng cường khả năng tập trung chỉ với một bước làm đơn giản, hãy làm theo những lời khuyên sau:

Đừng làm mọi việc như một phản xạ

Bạn có cần được thông báo bất cứ khi nào nhận được tin nhắn, e-mail hay tin nhắn quảng cáo không? Nếu điều đó không cần thiết, hãy tắt chế độ thông báo tự động của điện thoại và máy tính để tránh bị làm phiền.

Công nghệ nhằm giúp cuộc sống tiện lợi hơn, vì vậy, đừng để công nghệ kiểm soát cuộc sống của bạn. Hãy tự đặt ra quy định về kiểm tra tin nhắn và thư từ. Bạn không phải là nhân viên trực cấp cứu, vì vậy, bạn không cần túc trực trả lời 24/7/365. Bạn có thể lên lịch về thời điểm trong ngày để kiểm tra tin nhắn và thư từ, phân loại việc gì cần giải quyết ngay, việc gì để sau hoặc việc gì có thể bỏ qua.

Khi còn làm đại lý bán hàng, tôi thiết lập chế độ tự động để người gọi biết rằng tôi sẽ trả lời họ vào 4 giờ chiều hằng ngày. Nếu đó là trường hợp khẩn cấp, người gọi có thể nhắn tin vào cùng số họ gọi đến. Bằng cách đề ra giải pháp và khung giờ cố định, khách hàng không cảm thấy thất vọng khi phải đợi vài tiếng đồng hồ mới nhận được phản hồi. Khách hàng hiểu rằng nếu họ không nhắn tin, tôi sẽ không trả lời họ ngay lập tức.

Tập trung cao độ là một thói quen

Trong môn thể hình, bạn cần thời gian và lịch luyện tập thường xuyên để phát triển cơ bắp như mong muốn. Khả năng tập trung cao độ cũng cần được luyện tập theo cách tương tự. Khi mệt mỏi quá, bạn có thể tạm nghỉ, nhưng đừng dừng lại. Luyện tập khả năng tập trung đòi hỏi thời gian, nếu luyện tập hằng ngày, một lúc nào đó bạn sẽ thấy dễ dàng hơn. Để trở thành người có khả năng tập trung cao độ, việc đầu tiên là phải nghĩ mình làm được. Vì vậy, hãy tự đề ra một số lời nói tích cực thể hiện cam kết này, sau đó luyện tập hằng ngày để có được khả năng tập trung.

Hầu hết nhân viên kinh doanh sẽ ngạc nhiên khi nhận ra thực tế

mỗi ngày, họ dành rất ít thời gian cho những việc quan trọng liên quan đến bán hàng. Vì vậy, ngay hôm nay, trong vòng 24 giờ tiếp theo, hãy thử dành ra 60 phút để tập trung vào *một nhiệm vụ quan trọng*, bạn sẽ thấy hiệu quả tăng đáng kể như thế nào.

Đến lúc này, bạn đã bổ sung được kha khá việc quan trọng cần làm và lĩnh vực cần tập trung để kinh doanh thành công. Bây giờ, hãy hoàn thành những bước làm dưới đây, sau đó đọc phần tiếp theo để biết cách kết hợp kỹ năng bán hàng với Life S.A.V.E.R.S. theo những phương pháp có lẽ chưa bao giờ bạn nghĩ đến.

CÁC BƯỚC ĐỂ TĂNG DOANH SỐ

Bước 1: Giải phóng bản thân khỏi những việc không quan trọng. Sắp xếp lại những việc lặt vặt quẩn quanh trong đầu bạn. Lập một danh sách những việc cần làm.

Bước 2: Xây dựng khả năng tập trung cao độ, với ba câu hỏi:

- Tôi cần tiếp tục làm gì? (Hoặc nhiều hơn thế)
- Tôi cần bắt đầu làm gì?
- Tôi cần ngừng làm gì?

Bước 3: Trong tuần kế tiếp, lên danh sách công việc đã làm và thời gian thực hiện mỗi công việc đó. Phân loại việc gì có thể dùng công nghệ, việc gì thuê ngoài, hoặc giao cho người khác. Bạn đã dành bao nhiêu thời gian cho những việc trọng yếu, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh số? Tiếp tục thực hiện bước này cho đến khi biết rõ lịch trình hằng ngày của mình, sau đó phân bổ thời gian trong ngày cho đến khi dành 80% thời gian cho công việc trọng yếu. Giao phần việc còn lại cho người khác.

Cuối cùng, hãy áp dụng nguyên lý bán hàng không phải ai cũng biết của Hal: *Thực hiện đúng lịch trình, đừng để cảm xúc chi phối.*

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— PAT PETRINI

Chủ sở hữu P&E Properties, LLC

Pat Petrini đã dành thời gian để trả lời buổi phỏng vấn của chúng tôi về 12 năm kinh nghiệm bán hàng, và đạt doanh thu 25 triệu đô-la từ bán hàng trực tiếp và marketing trên mạng của anh. Pat là đại lý cấp một trẻ nhất của Xango, công ty sản xuất các loại nước ép, và được bầu chọn là một trong những cố vấn hàng đầu của mảng bán hàng trực tiếp theo BusinessForHome.org. Qua buổi phỏng vấn này, tôi nhận ra rằng tính hiệu quả và sự tập trung cao độ chính là chìa khóa dẫn đến thành công của anh.

"Chúng ta có 24 giờ mỗi ngày. Sự khác biệt giữa những người thành công nhất (dù thành công được định nghĩa theo cách nào chăng nữa) và phần còn lại nằm ở cách họ sử dụng quỹ thời gian 24 giờ này."

Pat giải thích lịch trình hằng ngày giúp anh tập trung hiệu quả vào những công việc quan trọng nhất như sau. "Tôi thường bắt đầu buổi sáng bằng một cốc đồ uống protein và tập thể hình kết hợp. Sau khi tập luyện, đi tắm và ăn sáng, tôi kiểm tra danh sách công việc ưu tiên, thường được lên lịch từ tối hôm trước, và đây là những việc tôi cố gắng hoàn thành trong ngày, xen kẽ giữa các buổi họp. Những việc quan trọng nhất được ưu tiên hoàn thành đầu tiên, thường là để phục vụ mục tiêu lâu dài. Những việc khẩn cấp có mức độ ưu tiên thứ hai, đây là những việc sắp đến thời hạn phải hoàn thành. Tôi luôn ưu tiên việc quan trọng lên trên việc khẩn cấp. Hoàn thành việc khẩn cấp có thể giúp bạn vượt qua tuần làm việc trước mắt, nhưng việc quan trọng mới là thứ quyết định thành công của bạn trong năm năm tiếp theo."

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— Erica Hageman

Chủ sở hữu, RE/MAX Momentum

"Trước khi biết đến *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi cực kỳ ghét buổi sáng. Tắt chuông báo thức có lẽ là việc dễ chịu nhất trong ngày."

Erica đã kết hôn, có hai cô con gái nhỏ, và quản lý một doanh nghiệp bất động sản đang phát triển. Điều này đồng nghĩa với cao huyết áp, áp lực và quá tải. Hiện nay, cô là một trong những tín đồ trung thành của Life S.A.V.E.R.S., và hiểu rằng cuộc sống của mỗi người đặc biệt theo một cách riêng.

"Từ ngày thực hành Life S.A.V.E.R.S., cuộc sống của tôi thay đổi hẳn. Tôi trở nên bình tĩnh và tập trung hơn."

Việc áp dụng Life S.A.V.E.R.S. như một thói quen đòi hỏi luyện tập thường xuyên, nhưng đáng giá. Erica cho biết: "Tính đến cuối năm, chúng tôi sẽ có khoảng 85 đại lý bán hàng, tăng 20% so với hiện tại. Chúng tôi chuẩn bị thương thảo với trụ sở chính về dự án chuyển nhượng thương hiệu lần thứ tư. Tôi sắp ký kết được 30 hợp đồng (kinh doanh của riêng tôi, bên cạnh việc điều hành RE/MAX Momentum).

Momentum sắp đạt doanh thu 240 triệu đô-la trong năm 2014. Chúng tôi có thể, và sẽ làm được điều đó. Trong vai trò người làm chủ cuộc đời mình, và dẫn dắt công ty Momentum, tôi đã làm được những việc đó. *Buổi sáng diệu kỳ* giúp tôi nhìn nhận mọi việc rõ ràng. Một tờ giấy ghi chú đơn giản giúp giữ bình tĩnh và lên tinh thần là cách tuyệt vời để khởi đầu ngày mới."

Chương 7

Kỹ năng tăng doanh số #1: thu hút khách hàng bậc 10

"Hãy coi như mỗi người bạn gặp đều có một dấu hiệu quanh cổ anh ấy hay cô ấy, trên đó viết rằng 'Hãy làm cho tôi cảm thấy tôi quan trọng'. Bạn sẽ không chỉ thành công trong bán hàng mà sẽ thành công cả trong cuộc sống."

— MARY KAY ASH

Người sáng lập, Mary Kay Cosmetics

Hãy hình dung bạn sắp hoàn thành một thương vụ quan trọng. Bạn đã làm việc cật lực vì thương vụ này. Bạn đầu tư nhiều tâm sức vào đó. Bạn đã dành thời gian, tiền bạc và các nguồn lực để biến một người từ chỗ là khách hàng tiềm năng thành khách hàng. Bạn đã trả lời mọi câu hỏi, ứng phó với mọi lời từ chối và đã hết sức nỗ lực để giúp họ có quyết định đúng đắn. Và giờ đây, trong thâm tâm, bạn chắc chắn thương vụ này sẽ thành công và hình dung mình sẽ tiêu khoản tiền hoa hồng như thế nào.

Và vào thời khắc cuối cùng đó, họ quyết định *không* mua.

Đó là chuyện hết sức thất vọng… nhưng chỉ là ban đầu. Không lâu sau đó, bạn có thể an ủi bản thân rằng đó không phải lỗi của bạn. Bạn tự nhủ: *Họ chỉ là chưa sẵn sàng*, hay, *họ đã mua từ đối thủ cạnh tranh của mình*. Hay, *họ không có đủ tiền*. Và bạn cố gắng vượt qua chuyện đó.

Trong những tình huống thế này, bạn có thể rất dễ dàng nhìn nhận thất bại đó và coi thương vụ không thành công là bởi một lí do ngoài tầm kiểm soát của bạn. Nhưng dù bạn tự nhủ đó là

nguyên nhân gì đi nữa, nhiều khả năng bạn chưa nghĩ đến nguyên nhân thật sự:

Bạn đã chọn sai khách hàng tiềm năng.

Đây chính là điểm mấu chốt trong các thương vụ thành công, và cũng là điều ít được chú ý đến nhất. Bạn có thể đổ lỗi cho nền kinh tế, cho khách hàng tiềm năng, cho đối thủ, ngân hàng, sản phẩm, đội marketing, nhà sản xuất hay bất kỳ nhóm người nào khác. Nhưng thường thì sự thật ở ngay đây: *Bạn đầu tư thời gian sai chỗ*.

KHÁCH HÀNG BẬC 10

Giờ hãy nghĩ lại thời điểm bạn bán hàng mà hầu như không cần phải nỗ lực. Người mua rất nhiệt tình. Sản phẩm và dịch vụ của bạn rất hữu ích và hoàn toàn phù hợp với khách hàng. Họ rất mừng là bạn đã *tiếp cận* họ, và càng vui mừng hơn khi thử sử dụng sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Họ nóng lòng muốn sở hữu chúng. Và giới thiệu cho những người khác. Cả quá trình bán hàng, từ liên lạc ban đầu cho đến khi chốt hợp đồng đều trôi chảy và nhanh chóng.

Bạn cảm thấy thế nào? Tôi đoán là bạn nghĩ: *Tuyệt vời*. Tôi cá là bạn kết thúc thương vụ đó và nghĩ rằng: "Nếu mọi thương vụ đều thế này, thì mình sẽ là người bán hàng giỏi nhất thế giới."

Nhưng nếu mọi thương vụ đều *có thể* như thế thì sao?

Điều đó là có thể. Bởi vì lý do thương vụ diễn ra suôn sẻ và khiến bạn cảm thấy mình là một ngôi sao – mà thực sự bạn là như thế – không phải vì lúc đó bạn làm tốt hơn bình thường hay vì bạn đang phấn khích trước thành công đó. *Mà vì bạn đã làm việc với một khách hàng bậc 10*. Không giống với những thương vụ thất bại, lần này mọi chuyện diễn ra suôn sẻ và thành công bởi vì bạn đã chọn đúng khách hàng tiềm năng.

Khách hàng bậc 10 là người cần những gì bạn có, cần sản phẩm đó nhanh chóng và có khả năng chi trả. Họ không chỉ là người yêu thích sản phẩm hay dịch vụ của bạn mà còn giới thiệu chúng với những người khác. Họ có khả năng, mong muốn và năng lực mua thứ mà bạn bán. Họ phản hồi tích cực, quan tâm đến sản phẩm và dễ làm việc.

Đó có phải là nhiệm vụ khó khăn không?

Thực tế, đó là một nhiệm vụ khó khăn. Và đó chính là kiểu nhiệm

vụ bạn cần để đạt được tối đa tiềm năng của bạn trong công việc bán hàng.

TÌM KHÁCH HÀNG PHÙ HỢP: ĐÀO VÀNG BẬC 10

Không phải ai cũng là khách hàng của bạn.

Hãy nhắc đi nhắc lại điều này với bản thân bởi bạn cần khắc ghi điều đó vào tâm trí và niềm tin của mình. *Không phải ai cũng là khách hàng của bạn.* Thực tế, đối với một số người bán hàng, *hầu như rất ít* người là khách hàng của họ. Vậy thì ai là khách hàng? Đó là những người bậc 10 và đó chính là những người sẽ thay đổi sự nghiệp bán hàng của bạn.

Nhưng họ là ai và làm thế nào để tìm được – hay thu hút họ? Không thể kỳ vọng thấy được những khách hàng tiềm năng của mình đi trên đường và trên áo có dòng chữ "bậc 10". Bạn cần nhận biết họ thông qua việc *tìm họ theo tiêu chuẩn*.

Bạn không thể biết được người đang đứng trước mặt bạn liệu có mua hàng hay không. Nhưng bạn có thể cố hết sức để đảm bảo rằng họ hoàn toàn phù hợp.

Bạn có thể thấy rằng thật khó mà dành thời gian và công sức để tìm khách hàng phù hợp, nhưng dưới đây là sáu lý do chính mà tôi muốn bạn tập trung phân loại họ theo tiêu chuẩn *trước khi* bạn đầu tư vào họ:

1. Tìm khách hàng phù hợp đảm bảo rằng bạn sẽ chỉ làm việc với những người thực sự sẵn sàng mua hàng

Tìm khách hàng phù hợp giúp bạn đánh giá xem liệu khách hàng tiềm năng của bạn có sẵn sàng mua hay không, và quan trọng hơn cả, là *khi nào* mua. Họ có ý định mua ngay bây giờ không? Họ có thể mua không? Cần làm gì để họ sẵn sàng hay có thể mua? Liệu có phải họ chỉ đang thu thập thông tin để rồi nhiều tháng hay nhiều năm nữa họ mới mua? Có thể họ chỉ muốn xem chứ chưa có ý định mua. Bằng việc đánh giá khách hàng theo tiêu chí, bạn tránh được việc lãng phí nguồn lực vào những người không có ý định mua.

2. Tìm khách hàng phù hợp cho bạn biết nên tập trung vào đâu

Bạn nỗ lực để xây dựng khả năng tập trung? Tất cả nỗ lực đó sẽ bị lãng phí nếu bạn tập trung vào người không có ý định mua hàng. Thời gian và sức lực của bạn có hạn, vì thế bạn phải quyết định

xem người nào đáng để đầu tư. Tìm khách hàng theo tiêu chí giúp bạn xác định những cơ hội có khả năng cao nhất và bỏ qua những cơ hội kém hiệu quả còn lại.

3. Tìm khách hàng phù hợp tăng khả năng chốt hợp đồng

Khi chỉ làm việc với những người có thể mua hàng, khả năng thành công của bạn sẽ tăng lên. Điều đó có nghĩa là bạn gặp ít khách hàng tiềm năng hơn mà vẫn bán được lượng hàng như vậy, và bạn có thể kiếm được nhiều tiền hơn mà mất ít thời gian hơn để tìm khách hàng tiềm năng.

4. Tìm khách hàng phù hợp tăng tốc độ bán hàng và rút ngắn chu trình bán hàng

Tìm khách hàng phù hợp giúp bạn nhìn nhận những điểm lợi hay bất lợi có thể khiến khách hàng tiềm năng hành động ngay bây giờ thay vì đợi thêm sáu tháng nữa. Hãy tìm hiểu về khách hàng của mình, đặt nhiều câu hỏi. Khi bạn phát hiện nhu cầu của khách hàng tiềm năng, bạn có thể sử dụng khả năng bán hàng của mình để giúp họ ra quyết định mua hàng nhanh chóng hơn.

5. Tìm khách hàng phù hợp giúp giảm chi phí

Thời gian là tiền bạc. Tờ rơi, name card và các tài liệu khác đều tốn tiền – ngay cả tài liệu trên mạng cũng tốn ít nhiều. Nếu thường xuyên nỗ lực bán hàng cho những người ít có khả năng sẽ mua hàng, hoặc những người sẽ không mua hàng, bạn đang lãng phí thời gian, tiền bạc và sức lực.

6. Tìm khách hàng phù hợp mang lại cho bạn những khách hàng tốt nhất

Bạn đã bao giờ gặp một khách hàng mà bạn ước là họ không phải là khách hàng của mình? (Có lẽ hiện nay bạn đang gặp phải một khách hàng như vậy?)

Những khách hàng khó tính thường đòi hỏi nhiều thời gian và công sức đến mức bạn nghĩ rằng thà không có còn hơn. Nếu thường xuyên phải thuyết phục hay chống đỡ trước những khách hàng khó chịu này, bạn sẽ hiểu câu nói "kiếm được đồng tiền không dễ gì". Những khách hàng này không chỉ khó chịu mà còn khiến bạn bị phân tâm trong việc tìm và phục vụ những khách hàng bậc 10. Điều đó có nghĩa là họ khiến bạn mất nhiều hơn số tiền mà họ chi trả cho bạn. Tìm khách hàng theo tiêu chí có thể giúp đảm bảo rằng mỗi khách hàng trong tương lai sẽ là người mà

bạn muốn làm việc cùng.

HAI ĐIỀU VỀ TÌM KHÁCH HÀNG PHÙ HỢP

Với người bán hàng, chúng ta thường muốn chốt được tất cả hợp đồng. Chúng ta muốn giúp những người quan tâm đến sản phẩm hay dịch vụ của chúng ta mua hàng. Chúng ta cần hiểu rằng mỗi khi nói "đồng ý" với cái này, tức là ta đã nói "không" với cái khác. Khi chúng ta tập trung vào một khách hàng ít khả năng phù hợp với các tiêu chuẩn của mình, chúng ta nói "không" với một khách hàng phù hợp.

Dù làm việc chăm chỉ đến đâu và dành nhiều thời gian đến đâu, nếu bạn không sẵn sàng tìm những khách hàng tiềm năng phù hợp, bạn sẽ không đạt được lợi ích to lớn như khi làm việc với khách hàng bậc 10.

Điều đáng mừng là quá trình đó không phức tạp như bạn thoạt nghe. Tìm khách hàng phù hợp thực chất bao gồm hai điều: *quyết định xem khách hàng bậc 10 có đặc điểm như thế nào và từ chối những người còn lại.*

LIFE S.A.V.E.R.S. – SỰ KẾT NỐI KHI TÌM KHÁCH HÀNG PHÙ HỢP

Tìm khách hàng phù hợp, cũng như công việc liên quan là tìm khách hàng tiềm năng, là một phần của quá trình bán hàng cần tư duy nhiều. Dù mỗi bước thực hành trong Life S.A.V.E.R.S. đều có tác động đến thành công của việc tìm khách hàng phù hợp, có ba bước thực hành có hiệu quả hơn cả và giúp bạn có lợi thế so với những người bán hàng khác hoặc so với đối thủ, đó là *tĩnh lặng, suy nghĩ tích cực* và *hình dung*.

Dành thời gian cho tĩnh lặng có nhiều lợi ích, như tôi đã chia sẻ trong những phần trước. Sự rõ ràng mà bạn có được từ tĩnh lặng góp phần mang lại thành công cho bạn với lý do đơn giản: một người bán hàng bình tĩnh, tập trung là một người bán hàng *được ưa thích*. Khác với đồng nghiệp, bạn không có vẻ gì là phiền não. Năng lượng của bạn luôn ổn định. Trạng thái bình tĩnh của bạn sẽ giúp làm tăng sự chân thành và sẽ thu hút người mua như mật thu hút ong. Nếu cần miêu tả sự tĩnh lặng đã giúp ích cho bạn như thế nào, bạn có thể nói bình yên, bình tĩnh và tập trung, đây là những gì bạn có được từ bước thực hành này.

Tôi cho rằng bạn nên tạo ra những lời nói tích cực của riêng mình trong việc tìm những khách hàng tiềm năng phù hợp, đặc biệt

nếu trước đây bạn đã mất khá nhiều thời gian với những người không mua hàng từ bạn. Những câu như: *Mỗi ngày tôi cố gắng gây sự chú ý, tìm kiếm và chỉ đầu tư thời gian quý giá của mình vào những người khách hàng đạt tiêu chuẩn, những người có nhu cầu, mong muốn và khả năng mua hàng từ tôi.*

Cũng như những lời nói tích cực, quá trình thực hành hình dung của bạn cũng bao gồm những hình ảnh cụ thể, trong đó bạn hình dung mình kết nối một cách nhiệt thành với những khách hàng tiềm năng đạt tiêu chuẩn. Hãy hình dung bạn ngồi đối diện một khách hàng trong cửa hàng của bạn, gật đầu và mỉm cười khi bạn nêu những câu hỏi chi tiết về lý do họ nói chuyện với bạn. Hình dung họ xem tờ giới thiệu sản phẩm của bạn, gật đầu, mỉm cười và sau đó đưa cho bạn thẻ tín dụng để mua sản phẩm.

Sử dụng sức mạnh của Life S.A.V.E.R.S. theo cách này không chỉ giúp bạn thu hút thêm khách hàng tiềm năng mà còn giúp thu hút được *đúng người*. Và điều đó sẽ thay đổi hoàn toàn sự nghiệp bán hàng của bạn.

Giờ bạn đã nắm rõ việc tìm khách hàng phù hợp bằng cách sử dụng *Buổi sáng diệu kỳ*, hãy bắt đầu công việc tìm những khách hàng bậc 10. Đã đến lúc bạn ra ngoài và tìm kiếm khách hàng tiềm năng theo cách của một người bán hàng xuất sắc – và bạn chính là người đó.

TÌM KHÁCH HÀNG BẬC 10

Tìm khách hàng tiềm năng có vai trò sống còn đối với sự nghiệp của người bán hàng. Bạn chỉ có thể chốt một thương vụ nếu bạn bắt đầu thương vụ đó thành công, và người bán hàng giỏi nhất sẽ tập trung năng lượng vào việc mở ra những mối quan hệ mới.

Tìm khách hàng tiềm năng thành công thực sự là một nghệ thuật, nhưng đó là nghệ thuật bạn có thể học hỏi, thực hành, làm chủ nó và tự tạo ra cách làm của riêng bạn. Bởi việc tìm khách hàng tiềm năng dựa trên kỹ năng tự tạo kỷ luật, và điều này lại dựa trên sự phát triển cá nhân, nên mọi người đều có thể làm tốt việc này. Càng hoàn thiện bản thân, bạn sẽ càng làm tốt, vừa như một cá nhân bình thường, vừa như một người bán hàng đi tìm khách hàng. Tìm khách hàng thành công không chỉ xoay quanh việc bạn làm gì mà nó cũng liên quan đến việc bạn là ai trong quá trình làm việc!

Tôi tin rằng quá trình tìm khách hàng thành công bắt nguồn từ

sáu nguyên tắc của Life S.A.V.E.R.S. Hãy sử dụng chúng và bạn sẽ có thêm sức lực, sự cuốn hút, tự tin và quyết tâm đủ để tìm được khách hàng tiềm năng. Trong quá trình mài giũa những kỹ năng này, bạn sẽ dễ dàng thu hút thêm nhiều khách hàng hơn nữa, như có phép thuật vậy.

Dưới đây là bốn lĩnh vực chủ chốt trong việc tìm khách hàng tiềm năng một cách hiệu quả: *Ai, Ở đâu, Bằng cách nào* và *Mức độ thường xuyên:*

1. AI: NHẬN BIẾT KHÁCH HÀNG BẬC 10

Bạn có biết chính xác khách hàng lý tưởng của bạn là ai không? Bạn nên liệt kê ít nhất năm đặc điểm của khách hàng lý tưởng. Ví dụ:

1. Người cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp nắm giữ vị trí cao.

2. Độ tuổi từ 35-55.

3. Thu nhập hàng năm trên 250.000 đô-la.

4. Sống ở khu vực có mã địa chỉ là 90210[10].

5. Có điểm tín dụng trên 720.

Nếu bạn không thể liệt kê ít nhất năm đặc điểm, bạn sẽ khó mà đi xa đi nhanh được. Nếu bạn không có mục tiêu cụ thể, hãy thử làm cách này: nghĩ về ba khách hàng mà bạn ưa thích gần đây và nêu ra một số phẩm chất và đặc điểm của họ. Bằng cách này bạn có thể bắt đầu nhận biết chân dung khách hàng tiềm năng lý tưởng của mình.

Hãy đặt danh sách này ở chỗ mà bạn có thể nhìn thấy hằng ngày. Hãy ghi nhớ danh sách. Tạo ra một ảnh đại diện từ danh sách đó. Hình ảnh đại diện này là chân dung của khách hàng bậc 10 mà bạn muốn thu hút khi tìm khách hàng tiềm năng.

Khách hàng bậc 10 này phải trở thành tiêu chuẩn **mới của bạn, và bạn sẽ không chấp nhận tiêu chí thấp hơn thế.** Hãy thấy rằng khi làm việc với những khách hàng tiềm năng không phù hợp, bạn cũng sẽ mất thời gian, nỗ lực và công sức tương đương như khi làm việc với những khách hàng đạt tiêu chuẩn. Không gì có thể làm tăng doanh số của bạn bằng việc tìm ra những khách hàng tiềm năng đạt chuẩn.

Thu hút khách hàng bậc 10 bắt đầu với việc biết được chính xác khách hàng bậc 10 của bạn là ai.

2. Ở ĐÂU: LÀM THẾ NÀO ĐỂ TÌM THẤY KHÁCH HÀNG BẬC 10

Khi các đại lý bán hàng bắt đầu làm việc với tôi, một trong những câu hỏi đầu tiên tôi nhận được là "Tôi tìm khách hàng tiềm năng và người bán hàng ở đâu?" Đó đương nhiên là một câu hỏi xác đáng. Dường như việc tìm ra đúng người sẵn sàng liên hệ, bán hay mua hàng vào đúng thời điểm là rất khó khăn.

Dù bạn mới bắt đầu làm công việc bán hàng hay đã là một người lành nghề, tôi khuyên bạn nên mở rộng danh sách khách hàng tiềm năng của mình từ những nguồn sau đây, theo thứ tự ưu tiên như sau:

- **Vòng tròn ảnh hưởng.** Bạn có thấy rằng có hàng chục người (thậm chí hàng trăm người) mà bạn quen biết có thể mua hàng từ bạn và giới thiệu cho người quen của họ không? Hãy bắt đầu bằng cách lập một danh sách gồm mọi người mà bạn biết, thậm chí bạn mới chỉ gặp một lần hay chưa gặp lại cả chục năm nay. Thực tế, có một lời khuyên ở đây: Thay vì lo ngại với việc gọi cho ai đó bạn không biết rõ lắm hay ai đó bạn không liên hệ trong một thời gian dài, hãy dùng chính điều đó là lý do để gọi cho họ. "Chào…, chúng ta chưa có dịp ngồi cùng nhau, nhưng tôi mới nghe được vài điều đáng mừng về anh từ… Chúng ta nên cùng đi ăn trưa ở đâu nhỉ, hoặc đi uống cà phê cùng nhau?"
- **Lời giới thiệu.** Nhà đào tạo bán hàng huyền thoại Jim Rohn thường nói "Lời giới thiệu là khía cạnh quan trọng nhất đối với công việc của bạn. Không có lời giới thiệu, sẽ không có tương lai nào hết". Tôi phải đồng ý với Jim về điều này. Doanh số trong tương lai, thu nhập và thành công của bạn đều được quyết định bởi việc bạn có được khách hàng của mình giới thiệu với những người khác hay không.

Hãy nghĩ tới những lời giới thiệu như thu nhập trong tương lai của bạn. Càng có nhiều lời giới thiệu, càng nhiều khả năng bạn có thể tăng thu nhập, cơ hội chỉ chờ bạn nhấc điện thoại và thu về. Trong chương tiếp theo, chúng tôi sẽ chỉ cho bạn những bước chính xác, trong đó có những điều cần nói và khi nào nói, để có vô số lời giới thiệu.

- **Mạng lưới chuyên nghiệp.** Hãy tận dụng các nhóm giao thiệp, hiệp hội và câu lạc bộ để gặp gỡ khách hàng tiềm năng

mới và tạo ra những lời giới thiệu. Trong năm Hal đạt thành tích bán hàng tốt nhất, anh đã gia nhập mạng lưới làm việc mang tên *Le Tip* tại địa phương. Đến cuối năm, hơn 5% trong số doanh thu của anh có được từ những người cùng tham gia nhóm và qua lời giới thiệu của họ.

Chìa khóa tới thành công trong việc kết nối với các nhóm là tập trung vào việc thêm càng nhiều giá trị càng tốt cho mỗi người trong nhóm và cho cả nhóm, hơn là chỉ làm những gì những người bán hàng hay làm, đó là thu lấy các giá trị càng nhiều càng tốt. *Càng tăng thêm giá trị cho cuộc sống của những người khác, bạn sẽ càng trở nên có giá trị và bạn cũng sẽ thu về nhiều giá trị.* Hãy tập trung vào việc phát triển danh tiếng với tư cách một người luôn luôn nỗ lực để mang lại giá trị cho người khác hơn là đòi hỏi được đền đáp.

Dưới đây là một vài mạng lưới làm việc bạn có thể tìm kiếm và cân nhắc gia nhập trong khu vực mà bạn sinh sống:

- **BNI** (www.bni.com)
- **LeTip** (www.letip.com)

- **Nguồn lực trên mạng.** Từ vai trò quan trọng của marketing qua email đối với việc quản lý quan hệ với khách hàng của bạn tới việc tối đa hóa thương hiệu của bạn trên mạng thông qua những trang mạng xã hội như Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Instagram, Pinterest, và những trang khác, nhiều kỹ thuật nhằm tạo ra mối quan tâm của khách hàng theo cách cổ điển đã được thay thế hay tăng cường, hoặc được tự động hóa bằng công nghệ. Cũng như chìa khóa đến với việc giao lưu thành công như đã được đề cập, điều mấu chốt để thành công trên mạng là phải tập trung vào việc tạo ra giá trị. Khi email và các bài viết trên mạng của bạn thường xuyên tạo thêm giá trị cho những người khác, bạn trở nên có giá trị đối với họ. Qua thời gian, bạn sẽ phát triển thương hiệu cá nhân với tư cách một người có giá trị, hơn là một người chỉ đang cố bán hàng cho những người khác.

Để học về cách làm marketing qua email hiệu quả, bạn có thể đọc cuốn *Email Persuasion* (tạm dịch: *Thuyết phục bằng email)* của Ian Brodie.

- Để học cách tối đa hóa những nỗ lực quảng bá trên mạng xã hội, bạn có thể đọc cuốn *Jab, Jab, Jab, Right Hook* (tạm dịch:

Nhanh chóng và trúng mục tiêu) của Gary Vaynerchuk.

- Để học về cách áp dụng tối đa mạng xã hội LinkedIn vào công việc, bạn có thể đọc cuốn *Ultimate Guide to LinkedIn for Business (Ultimate Series)* (tạm dịch: *Hướng dẫn sử dụng LinkedIn cho công việc)* của Ted Prodromou.

- **Danh sách khách hàng tiềm năng mà bạn mua lại.** Dù đây có thể là một cách tìm kiếm hiệu quả đối với những khách hàng tiềm năng có các đặc điểm hay công việc phù hợp với tiêu chí của bạn, đây là chiến thuật được nhắc đến sau cùng. Bán hàng là công việc cần đến mối quan hệ và bạn không có mối quan hệ nào với những khách hàng tiềm năng trên danh sách mà bạn mua lại này. Hãy nghĩ xem: ai có nhiều khả năng là sẽ mua hàng của bạn hơn, một người được giới thiệu bởi một ai đó mà họ biết, quý mến và tin cậy, so với một khách hàng tiềm năng nhận được cuộc gọi từ bạn? Bạn có thể cân nhắc dùng danh sách khách hàng tiềm năng mà bạn mua về, nhưng đó không phải là cách những người bán hàng dẫn đầu nên làm.

Ví dụ, các đại lý của tôi và tôi dùng danh sách bất động sản của MLS để tìm kiếm những bất động sản không bán được trong lần niêm yết thứ nhất và sau đó một trong số những nhân viên văn phòng của chúng tôi sẽ thu hẹp danh sách bằng cách loại bỏ những ngôi nhà đã bán được từ khi thời hạn niêm yết hết hạn. Sau đó họ thu thập thông tin liên hệ của những người có khả năng còn quan tâm đến những bất động sản này. Với ngành bất động sản, cũng như với hầu hết các ngành khác, có nhiều công cụ khác nhau để tìm những danh sách khách hàng tiềm năng. Chúng tôi sử dụng danh bạ Cole Resource cùng với danh sách Do Not Call để tìm kiếm nhà và số điện thoại trong cả khu vực mà chúng tôi đang làm việc. Có những nguồn thông tin như Mojo và RedX để tìm những căn nhà do chính chủ bán và những khách hàng có quan tâm đến nhà đất mà tin đăng quảng cáo đã hết hạn.

Bạn cũng có thể cân nhắc xem qua danh sách những bạn bè trên trang Facebook của bạn. Trong giao dịch giữa các công ty, bạn chỉ cần đến cuốn *Những Trang vàng* hay một danh bạ điện thoại từ Phòng Thương mại trong khu vực của bạn. Hãy dành thời gian liên lạc với những người dẫn đầu trong ngành của bạn và tìm hiểu xem những cách làm nào có hiệu quả đối với họ. Bạn không cần tìm ra những cách làm mới hoàn toàn. Tôi cho rằng bạn có thể tìm hiểu những cách giúp bạn nhận biết dễ dàng bạn đang ở đâu trong toàn bộ quá trình xây dựng mối quan hệ.

3. BẰNG CÁCH NÀO: TRỞ THÀNH NGƯỜI BÁN HÀNG BẬC 10 ĐỂ THU HÚT KHÁCH HÀNG BẬC 10

Bất kể bạn nói hay làm gì, điều quyết định mọi người hay khách hàng tiềm năng phản hồi với bạn phụ thuộc vào chính bạn. Đây là một điểm mà Life S.A.V.E.R.S. phát huy hiệu quả.

Bạn đã bao giờ gặp một người trông rất ổn, nói những điều thú vị và bán một mặt hàng tốt, nhưng bạn không thấy phù hợp với họ mà bạn không hiểu tại sao lại như vậy? Tôi cũng vậy. Thực tế là tôi gặp khá thường xuyên!

Một bí quyết để thành công là khiến người khác không thể cưỡng lại việc hợp tác với bạn. Nếu bạn cảm thấy mình làm mọi việc đều tốt mà vẫn có trở ngại trong công việc, nhiều khả năng là vấn đề không nằm ở chỗ bạn đang làm gì, mà là *bạn là ai*. Việc bạn được mọi người yêu quý và dễ tiếp cận có vai trò rất quan trọng.

Cách tốt nhất để trở thành một người bán hàng được mọi người quý mến, dễ tiếp cận là thực hiện Life S.A.V.E.R.S. mỗi sáng. Đó là cách để có được phong cách thu hút người khác, có thái độ hoàn hảo và nguồn năng lượng khiến mọi người không thể cưỡng lại được.

Khi bắt đầu ngày mới bằng một khoảng thời gian **tĩnh lặng**, bạn tạo ra cảm giác bình yên trong tâm trí, và điều này nâng cao trí thông minh cảm xúc và giúp bạn tương tác với mọi người bình tĩnh và chu đáo hơn rất nhiều. Bạn sẽ nhận ra rằng hầu hết những người thiền hằng ngày đều ít căng thẳng hơn và ít phản ứng mạnh hay phản ứng có chủ ý trong tương tác với mọi người. Vì thế, họ thường được quý mến và tin cậy hơn. Mặt khác, người bán hàng thông thường hay bị căng thẳng hơn, phản ứng mạnh hơn và bị cảm xúc chi phối nhiều hơn, và không phải lúc nào cũng đáng tin cậy khi cần ra quyết định.

Trong khi sự tĩnh lặng tạo ra bầu không khí bình tĩnh và tập trung vào thế giới bên trong mỗi người, những **suy nghĩ tích cực** sau đó giúp bạn thể hiện ra những gì bạn mong muốn về c*on người mà bạn cam kết sẽ trở thành* – chính là bản thân bạn khi đạt đến bậc 10 – nhờ thế mỗi ngày bạn có thể sống đúng với những gì bạn đã hình dung. Bằng việc vạch rõ cách tư duy, thói quen, hành động mà bạn mong muốn đạt được, và đọc những điều đó mỗi ngày, bạn sẽ thấy hình dung của bạn sớm trở thành hiện thực như thế nào.

Cuối cùng, theo sau những suy nghĩ tích cực là **hình dung** – nhìn và trải nghiệm chính bản thân bạn trở thành người mà bạn vừa nói đến. Hãy đảm bảo rằng khi hình dung, bạn *cảm nhận*được hình ảnh mà bạn hình dung đó như thế nào. Hiệu quả của hình dung sẽ rất hạn chế nếu không có được cảm nhận cùng lúc. Ví dụ, nếu hình dung bản thân tự tin giới thiệu sản phẩm với khách hàng tiềm năng, bạn cần cảm nhận được *cảm giác* tự tin đó. Bạn cũng có thể hình dung mọi người bị bạn thu hút và muốn biết thêm về bạn và những mặt hàng mà bạn bán.

Bạn nên xem lại Chương 3 để ghi nhớ thêm về các thành tố của Life S.A.V.E.R.S. Dù chỉ mất vài phút để học mỗi bước thực hành này, nhưng để làm chủ được chúng thì thực sự cần đến cả đời.

SỰ LIÊM CHÍNH BẬC 10

Một khi đã trở thành người có sức hút cả ở tính cách lẫn khả năng bán hàng, bạn cần duy trì sự liêm chính cao nhất trong cách bán hàng. Có cách bán hàng liêm chính và đối xử với mỗi khách hàng tiềm năng và khách hàng như với người bạn thân của mình, hay với mẹ hoặc bà của bạn là nền tảng không chỉ cho việc bán hàng mà còn để tạo ra những khách hàng trung thành và những người yêu quý bạn. Đây là điểm mấu chốt để đạt được thành công *dài hạn* trong công việc bán hàng.

Đảm bảo tính liêm chính có vai trò đặc biệt quan trọng trong bán hàng. Thông thường, một cách tự nhiên, mọi người sẽ nghĩ đến người bán hàng mà họ đã biết. Nếu có thể giới thiệu cho bạn chỉ một giá trị, thì tôi sẽ giới thiệu tính liêm chính – hãy làm đúng ở mọi thời điểm và trong mọi tình huống, dù có người để ý đến bạn hay không.

Danh tiếng của bạn, hay còn được gọi là *thương hiệu cá nhân*, đến một lúc nào đó sẽ cho mọi người biết bạn là người thế nào, vì vậy hãy luôn đảm bảo thương hiệu cá nhân của bạn thật tốt. Nếu bạn không muốn bán sản phẩm hay dịch vụ nào đó cho bạn thân vì nó không tốt, thì cũng đừng bán cho người đang ngồi đối diện với bạn chỉ vì họ muốn mua nó. Nếu sản phẩm đó không phù hợp với họ, hãy làm điều đúng đắn và đừng để họ mua nó.

Bạn cần đến lòng dũng cảm để làm điều đúng đắn và trong ngắn hạn có thể đó là điều không thuận lợi, nhưng thương hiệu được xây dựng từ lòng liêm chính sẽ mang lại cho bạn thành công trong dài hạn. Hãy nhớ rằng *cách bạn làm việc ngày hôm nay sẽ ảnh hưởng tới kết quả của bạn vào ngày mai* và *cả cuộc đời* của bạn.

4. MỨC ĐỘ THƯỜNG XUYÊN: SỨC MẠNH CỦA NHỮNG LẦN LIÊN LẠC

Những mối quan hệ quý giá không phải được xây dựng ngày một ngày hai và thông thường không thể chốt các thương vụ ở ngay cuộc gặp đầu tiên. Lần gặp đầu tiên của bạn với khách hàng tiềm năng có thể chỉ là bước đầu tiên trong nhiều bước để bạn đạt được một thương vụ, và điều quan trọng là bạn cần tiếp tục xây dựng mối quan hệ đó.

Các chuyên gia marketing nói rằng cần bảy bước trong vòng 60 ngày để thu hút sự chú ý của một khách hàng tiềm năng. Bạn của chúng tôi, Honorée Corder, đã nhắc tới trong cuốn sách của cô *Business Dating: Applying Relationship Rules in Business for Ultimate Success* (tạm dịch: *Áp dụng nguyên tắc trong các mối quan hệ kinh doanh để thành công),* rằng mỗi người cần một số lần liên hệ nhất định và không ai biết mỗi người cần mấy lần! Bạn cần sẵn sàng giữ liên hệ với một người đủ lâu để có được lòng tin của họ, và qua đó, đạt được quan hệ kinh doanh. Bạn cần sẵn sàng duy trì mối quan hệ đó cho đến khi họ mua hàng của bạn, giới thiệu bạn, hoặc cho đến khi họ qua đời. Thực sự như vậy.

Tôi khuyên bạn thiết kế một hệ thống cho phép bạn liên tục giữ liên lạc với mọi người và thêm giá trị cho họ thông qua e-mail, các cuộc gọi, thư gửi trực tiếp, bản tin định kỳ, video, podcast và bất cứ hình thức nào khác mà bạn nghĩ ra, bao nhiêu lần tùy theo mức độ cần thiết, cho đến khi bạn tạo dựng được lòng tin. Vài người sẽ mua hàng ngay trong lần đầu, nhưng hầu hết mọi người sẽ chỉ mua hay có sự quan tâm sau vài lần liên lạc. Công việc của bạn là giữ liên lạc để tạo dựng lòng tin và mối quan hệ thân thiết, và khiến khách hàng tiềm năng có niềm tin – ở cả bạn và sản phẩm của bạn.

Một nhà đào tạo bán hàng và marketing nổi tiếng, Dan Kennedy, từng nói: "Sản nghiệp có được từ việc theo đuổi liên tục." Hãy làm theo *các bước giúp tăng doanh số* ở cuối chương này để tạo dựng chiến lược theo đuổi xây dựng sản nghiệp. Tôi cho rằng bạn nên dành thời gian để phát triển chiến lược về những cách bạn sẽ sử dụng để giữ liên lạc với khách hàng tiềm năng trong vòng 90 ngày tới. Lần liên lạc đầu tiên có thể là gọi điện hay gửi tờ giới thiệu sản phẩm. Lần thứ hai có thể là một tin nhắn gửi đến, hay một e-mail giúp tăng giá trị – đó là bản tin qua email mới nhất của bạn. Hãy cân nhắc một danh sách các bước liên lạc và lên kế hoạch cho những lần liên lạc đó với mỗi người mà bạn muốn họ trở thành khách hàng.

Đừng lo lắng về việc phải đạt được sự hoàn hảo, mà *chỉ cần hành động*. Phép màu xảy đến khi bạn hành động và cuối cùng, bạn sẽ tìm thấy hệ thống hoàn hảo phù hợp với khách hàng tiềm năng. Hãy nhớ rằng *bạn không cần phải hoàn hảo để bắt đầu hành động, mà bạn bắt đầu hành động để trở nên hoàn hảo*.

SỰ NHẤT QUÁN RẤT QUAN TRỌNG: HÃY TÌM KHÁCH HÀNG MỖI NGÀY!

Kinh nghiệm đã cho tôi biết rằng việc tìm khách hàng tiềm năng không nhất quán sẽ dẫn đến doanh số kém ổn định và tạo ra những kết quả khiêm tốn. Nếu muốn thực sự thành công, bạn cần tìm kiếm khách hàng tiềm năng hằng ngày trong ít nhất năm ngày trong tuần. Tìm khách hàng tiềm năng là quá trình bạn cần cam kết thực hiện mỗi ngày (mà không để bị chi phối về cảm xúc với kết quả hằng ngày).

Sự nhất quán có vai trò quan trọng vì hai lý do: *lực đẩy* và *kỳ vọng.*

Bạn sẽ tạo được thuận lợi về mặt tâm lý và sức mạnh từ đà bạn có được khi hành động hằng ngày một cách nhất quán. Khi bạn làm điều gì đó hằng ngày, nó sẽ không chỉ trở thành thói quen mà còn trở thành một phần bản sắc con người bạn. Và dù bạn cần có động lực và nỗ lực để bắt đầu thói quen hằng ngày mới, sau cùng việc tiếp tục thói quen đó sẽ trở nên dễ dàng. Dần dần bạn sẽ cảm thấy có điều gì đó không đúng nếu *không* thực hiện, bởi thực hiện *mỗi ngày* đã trở thành một phần con người bạn.

Trong quá trình viết cuốn sách này, tôi cố gắng viết hằng ngày – đó là quá trình mà tôi cam kết tuân thủ. Tôi làm việc này hằng ngày. Điều đó có nghĩa là tôi không phải bắt đầu lại từ đầu sau khi bỏ lỡ vài ngày. Viết mỗi ngày giúp tôi tận dụng đà làm việc đã có từ hôm trước. Bán hàng cũng vậy – cuối cùng bạn sẽ thường xuyên tận dụng được đà mà bạn đã có, nhưng chỉ khi bạn tìm kiếm khách hàng tiềm năng hằng ngày.

ĐƯỜNG ĐẾN BẬC 10

Bạn chưa cần nỗ lực bán hàng cho ai hết. Thực tế bạn không nên nỗ lực bán hàng cho hầu hết mọi người. Với hơn bảy tỷ người trên Trái đất, bạn thậm chí không cần cố bán hàng cho 1% trong số đó.

Càng sớm nhận biết được rằng bạn có khách hàng mục tiêu cụ thể và lý tưởng, khả năng thành công của bạn càng cao. Bạn không cần nhắm đến một cá nhân cụ thể và cố gắng thuyết phục họ mua hàng. Có rất nhiều người sẵn sàng mua loại hàng hóa mà bạn bán

và công việc của bạn là tìm kiếm họ và giới thiệu với họ. Và để làm được điều này nhanh chóng và hiệu quả là hoàn toàn khả thi.

Nếu muốn được khách hàng coi như một chuyên viên bán hàng đáng tin cậy và chuyên nghiệp, bạn cần đặt ra những tiêu chuẩn bán hàng và kinh doanh cao và luôn tuân thủ các tiêu chuẩn đó. Một khi bạn đã quyết định được quá trình tìm kiếm khách hàng tiềm năng cho mỗi ngày, hãy luôn cam kết với nó. Đó không phải là việc bạn muốn thì làm. Đó là việc bạn cần làm hằng ngày, bất kể bạn có thích hay không. Hãy nhớ những lời thông thái này của Hal: *Những người bán hàng chỉ làm việc họ muốn thực chất không làm gì mấy. Để thành công, bạn phải hành động cả khi bạn không muốn vì biết rằng chính hành động đó tạo ra động lực bạn cần có để tiếp tục công việc.* Nói cách khác, động lực không tạo ra hành động, mà hành động tạo ra động lực.

TÓM TẮT

Khi bạn cam kết trở thành một người bán hàng bậc 10, bạn bắt đầu thu hút được nhiều khách hàng bậc 10 và khách hàng tiềm năng bậc 10. Đây là lý do việc dậy sớm và thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* mỗi ngày và tăng cường phát triển bản thân thông qua sử dụng Life S.A.V.E.R.S. thực sự là cách nhanh nhất để giúp bạn và doanh số của bạn lên mức mới.

Mỗi người bán hàng dẫn đầu đều có những kỹ năng thuyết trình tuyệt vời về sản phẩm. Vì thế, khi bạn đã thực hiện các bước tăng doanh số dưới đây để thu hút khách hàng bậc 10, chúng tôi sẽ giới thiệu với bạn *kỹ năng trình bày diệu kỳ* – cách tạo ra một phần thuyết trình kinh doanh giúp bạn đạt được kết quả tốt hơn những gì hầu hết người bán hàng nghĩ là có thể đạt được và mọi người bắt đầu coi kết quả của bạn là một điều gì đó thật kỳ diệu.

CÁC BƯỚC ĐỂ TĂNG DOANH SỐ

Bước 1: Lập danh sách 5-10 đặc điểm của khách hàng bậc 10 của bạn. Hãy nghĩ tới những khách hàng tốt nhất bạn từng có. Bạn biết những gì về họ? Việc thu hút khách hàng bậc 10 bắt đầu với việc biết rõ rằng khách hàng bậc 10 là ai. Khi đã hoàn thành, hãy đặt danh sách này ở nơi bạn có thể nhìn thấy, cam kết với nó và coi đây là tiêu chuẩn mới của bạn khi tìm khách hàng tiềm năng.

Bước 2: Lập danh sách 50-150 khách hàng tiềm năng. Hãy ra khỏi vùng an toàn và nhận thức rằng có hàng trăm khách hàng bậc 10 trong mạng lưới liên hệ hiện nay, bạn chỉ cần nhận biết và gọi cho

họ. Hãy nghĩ đến những người bạn biết, gia đình, bạn bè, khách hàng hiện tại, những người trong cơ sở dữ liệu, người làm công việc chuyên môn mà bạn làm việc cùng và thậm chí những khách hàng tiềm năng trước đây từng thích mặt hàng mà bạn giới thiệu nhưng khi đó họ thấy chưa phù hợp. Hãy bắt đầu bằng cách lập một danh sách càng dài càng tốt và bạn sẽ chọn lọc họ sau.

Bước 3: Nghĩ lại xem bạn đã liên lạc với những khách hàng tiềm năng tốt nhất ở đâu. Đâu là hai hay ba nguồn tốt nhất để tìm những người quan tâm đến sản phẩm? Xem lại ngân sách và lịch làm việc của bạn để xem liệu bạn đã dành thời gian và tiền bạc vào đúng chỗ chưa. Hãy tham khảo danh sách bắt đầu công việc mà bạn đã vạch ra trong chương trước.

Bước 4: Tạo ra một hệ thống theo sát và nâng cao cơ sở dữ liệu của bạn, vừa tự động và vừa làm thủ công, để thường xuyên cải thiện mối quan hệ với khách hàng và khách hàng tiềm năng. Bạn nên có các hoạt động chăm sóc tất cả khách hàng như email, thư gửi trực tiếp và quảng cáo trực tuyến, và có cả các liên hệ với từng khách hàng cụ thể như các bản viết tay, gọi điện, và các chuyến thăm trực tiếp. Để tìm hiểu một cách toàn diện về hệ thống hóa các hoạt động tiếp tục chăm sóc khách hàng, bạn có thể đọc cuốn *7L: The Seven Levels of Communication* (tạm dịch: *7 cấp độ của giao tiếp)* của Michael J. Maher.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— MICHAEL J. MAHER Nhà sáng lập, REFERCO

Michael J. Maher là tác giả của cuốn *7L: The Seven Levels of Communication* (tạm dịch: *7 cấp độ của giao tiếp*). Từng có 15 năm trong lĩnh vực bán hàng, Michael thu về hơn 1 triệu đô-la mỗi năm tiền hoa hồng. Anh tự hào rằng mình luôn mang lại giá trị cho mối quan hệ và đã phát triển một hệ thống để có được lời giới thiệu ổn định. Michael giải thích tầm quan trọng của việc cho đi và nhận lại với bốn từ đơn giản: *Give Genrously. Receive Appreciatively.* (*Cho đi một cách hào phóng. Nhận về với lòng biết ơn.*)

"Tam giác của lòng tin, như được giải thích trong cuốn *7 cấp độ của giao tiếp*, là sử dụng những mối quan hệ có sẵn để kết nối và cuối cùng là được giới thiệu với khách hàng tiềm năng hay người có tầm ảnh hưởng. Mượn lòng tin từ mối quan hệ đó để khởi đầu mối quan hệ của chính bạn với người mới quen biết. Có lần tôi muốn gặp giám đốc phụ trách việc tái định vị ở một công ty lớn, để qua đó chúng tôi có thể nhận dự án của họ. Tôi nhờ ba khách hàng đang làm việc ở đó email và gọi điện cho bà giám đốc, và sau đó, hai trong số các đại diện của tôi vốn có tầm ảnh hưởng và quen biết đã gọi cho bà ấy. Đến 4 giờ chiều hôm đó, tôi gọi điện cho bà giám đốc. Bà ấy rất ấn tượng. Chúng tôi hẹn gặp và sau đó chúng tôi nhận được dự án."

Michael thường nói về việc mở rộng quan hệ với đúng người. Bạn cần tập trung vào những gì có thể mang lại cho khách hàng tiềm năng để họ đạt được các mục tiêu, chứ không phải họ làm được gì cho bạn. "Khi bạn tập trung cho lợi ích tốt nhất của khách hàng, bạn sẽ thành công. Khi bạn để cho các vấn đề về tiền bạc hay sự mong muốn của chính bạn ảnh hưởng đến các quyết định, khi đó

bạn đã thất bại. Hãy tập trung mang lại lợi ích cho khách hàng. Đừng lo lắng về những con số; hãy tập trung vào mọi người. Nếu họ quan tâm mọi người, những con số sẽ tự khắc sinh sôi."

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— ROB BROADWELL

Phụ trách quan hệ khách hàng, SAP

Buổi sáng diệu kỳ xuất hiện đúng thời điểm đối với Rob. Khi chuẩn bị bước sang tuổi 50 và đang băn khoăn về giá trị cũng như khả năng thành công của mình, anh phát hiện và lập tức yêu thích cuốn sách.

"Trước khi đọc *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi có nhiều nghi ngại về bản thân. Liệu tôi có quá già để theo đuổi ước mơ của mình? Tôi có bị mắc kẹt trong một công việc hay sự nghiệp mà tôi không hề đam mê? Tôi nên làm thế nào để đi tiếp và tạo nên đột phá?"

Có thể bạn không phát hiện ra rằng tuổi tác thực ra chỉ là một con số. Vì vậy, Life S.A.V.E.R.S. có thể là chất xúc tác giúp bạn phát hiện ra điều đó cùng nhiều điều khác nữa, cũng như Rob đã phát hiện.

"Tôi đã ra khỏi vùng an toàn và tin rằng những gì tôi đang làm là đúng đắn. Tôi đạt được sự tự tin mà tôi vốn có, nhưng theo một cách khác và tôi có thể tập trung vào những gì thực sự quan trọng và cách đạt được chúng mà tiết kiệm được nhiều thời gian hơn.

Tôi đang giúp thêm nhiều người đạt được những gì họ muốn, tư vấn cho họ đạt được thành công và ngày 16/6, tôi bắt đầu công việc mới tại một trong những công ty phần mềm lớn nhất thế giới, với một vị trí mà nhiều người trong ngành ao ước."

Chương 8

Kỹ năng tăng doanh số #2: cách trình bày mầu nhiệm

"Chỉ có hai cách sống. Một là sống như thể chẳng có gì kỳ diệu. Cách còn lại là sống như thể tất cả đều kỳ diệu."

ALBERT EINSTEIN

Tôi tin rằng bạn từng có những màn giới thiệu sản phẩm tuyệt vời. Bạn kết thúc buổi gặp khách hàng sau khi ký được hợp đồng và nhận tờ séc, trong lòng cảm thấy hân hoan, phấn chấn vì thành tựu mới đạt được và nghĩ rằng mình có thể bán bất kỳ thứ gì, cho bất cứ ai. Đó là giây phút thăng hoa khi tất cả yếu tố hoàn hảo kết hợp lại với nhau.

Hầu hết người bán hàng sẽ coi thời điểm như vậy là may mắn, một thời khắc hiếm hoi trong chuỗi ngày ảm đạm. Thật ra, bạn chỉ cần thay đổi một chút về quan điểm và cách tiếp cận khách hàng, mọi buổi giới thiệu sản phẩm đều có thể diễn ra như thể người mua, người bán, sản phẩm là để dành cho nhau.

Nói cách khác, bạn có thể xếp các vì sao thẳng hàng với nhau!

GIỚI THIỆU SẢN PHẨM THEO PHONG CÁCH BUỔI SÁNG DIỆU KỲ

Rất có thể bạn đã được cung cấp đủ yếu tố cần thiết để giới thiệu sản phẩm thuận lợi, từ vật dụng thiết bị cho đến ô tô hay dịch vụ kế toán. Thông thường, các công ty đầu tư hàng ngàn, thậm chí hàng triệu đô-la để tạo hình ảnh phù hợp cho nhân viên kinh doanh, nhằm giúp họ tiếp cận được nhiều khách và bán được nhiều hàng nhất có thể.

Tuy nhiên, một số công ty không đào tạo kỹ càng (hoặc hoàn toàn không đào tạo), và như nhiều nhân viên kinh doanh có thể xác nhận, những chiến dịch giới thiệu sản phẩm do phòng marketing xây dựng, được đầu tư hàng triệu đô-la, nhắm tới khách hàng chung chung, thường không mang lại hiệu quả ở khâu cuối cùng.

Nếu trước đây, bạn không chuẩn bị cẩn thận cho buổi giới thiệu sản phẩm, bạn sẽ rất tiếc nuối nếu biết rằng có thể đã bỏ lỡ nhiều cơ hội vàng. Đã đến lúc thay đổi. Chương này sẽ cung cấp kiến thức cần thiết, giúp những bài giới thiệu sản phẩm nhàm chán trở nên cuốn hút, theo đúng mong muốn của bạn.

Bước 1: Tìm hiểu mọi mặt của sản phẩm

Bước 2: Xây dựng bài giới thiệu sản phẩm

Bước 3: Luyện tập và thử nghiệm

Bước 4: Đứng (hoặc ngồi) và giới thiệu sản phẩm

Bước 5: Đánh giá buổi giới thiệu sản phẩm

BƯỚC 1: TÌM HIỂU MỌI MẶT CỦA SẢN PHẨM

Thật ra, muốn buổi giới thiệu sản phẩm thành công, bạn phải bắt đầu chuẩn bị từ rất lâu trước khi gặp khách hàng, thậm chí trước cả khi *xây dựng* bài giới thiệu sản phẩm đó. Để bán hàng thành công, cần có kiến thức thật sâu rộng về sản phẩm, khách hàng tiềm năng và cả đối thủ cạnh tranh.

Khách hàng rất dễ nhận ra bạn có chuẩn bị kỹ càng hay không. Càng hiểu biết nhiều về sản phẩm hoặc dịch vụ mình bán, đang bán cho ai, bạn càng cảm thấy thoải mái, và tất nhiên sẽ bán hàng hiệu quả hơn.

Muốn người khách nghĩ rằng bạn là chuyên gia bán hàng, phải bắt đầu từ việc chính bạn *cảm thấy* như vậy. Bước đầu tiên để trở thành một chuyên gia thực thụ là phải biết mọi thứ về a) sản phẩm, b) khách hàng, c) đối thủ cạnh tranh

a) Hiểu biết về sản phẩm

Những người bán hàng thành công biết mọi thứ về sản phẩm hay dịch vụ của mình, và yêu thích thứ mình đang bán. Họ không ngừng tìm hiểu thêm, từ những thứ nhỏ nhất, và học hỏi từ những người bán hàng hoặc chuyên gia khác. Họ biết tất cả về sản

phẩm, từ nguyên liệu thô cho đến keo dán nhãn, mang lại lợi ích gì cho khách hàng, đặc điểm nào hữu ích nhất. Họ biết rằng sản phẩm của mình tốt như thế nào, và biết càng nhiều càng tốt.

Bạn cũng vậy. Hãy tìm hiểu kỹ về sản phẩm hay dịch vụ, từ lịch sử công ty cho đến đội ngũ nhân viên. Việc này không có nghĩa cần nói với khách hàng mọi điều bạn biết. Hãy lựa chọn đúng thông tin cho đúng đối tượng để tạo ra hiệu quả cao nhất.

Điều quan trọng giúp bạn nổi bật so với những người bán hàng khác là bạn thật sự để tâm và đầu tư thời gian để học hỏi về sản phẩm hay dịch vụ mình đang bán.

b) Hiểu biết về khách hàng

Khách hàng mua một sản phẩm nào đó để giải quyết vấn đề họ đang gặp phải. Ví dụ, khách hàng mua máy khoan, không phải vì họ muốn có một chiếc máy khoan, mà vì muốn đục một chiếc lỗ. Vậy, hãy trả lời câu hỏi tại sao khách hàng lại muốn mua thứ bạn đang bán?

Bạn cần hiểu nhu cầu, mong muốn và khao khát của khách hàng, cũng như những điều đó liên quan như thế nào đến sản phẩm và dịch vụ mình có. Bạn có thể giải quyết vấn đề của khách hàng hay không? Giúp họ tránh vấn đề đó xảy ra hay không? Cuộc sống của họ sẽ *tốt hơn* như thế nào nếu chấp nhận giải pháp bạn cung cấp?

Để trả lời những câu hỏi đó, bạn cần hiểu khách hàng. Cách tốt nhất để xác định được nhu cầu và mong muốn của họ, là đặt những câu hỏi dưới đây:

- Anh/chị đang tìm mua gì?
- Tại sao anh/chị muốn mua máy giặt sấy mới?
- Anh/chị thích/không thích điều gì ở chiếc xe hiện tại?
- Anh/chị có thể miêu tả ngôi nhà mà anh/chị muốn mua không?
- Anh/chị muốn giải pháp như thế nào?
- Vì sao trước đây anh/chị không mua?

Có hai điểm cần nhớ khi đặt câu hỏi. Thứ nhất, hãy thể hiện *sự chân thành* khi tìm hiểu nhu cầu của khách hàng. Nếu bạn thật sự quan tâm, họ sẽ nhận ra điều đó. Thứ hai, hãy *nói ít lại và lắng nghe nhiều hơn*. Chỉ đặt câu hỏi mình cần, rồi tập trung nghe câu trả lời. Hỏi có thể không mang đến những điều kỳ diệu, nhưng

nghe thì có.

c) Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh

Hiểu biết về sản phẩm và khách hàng là những yếu tố quan trọng, nhưng hãy nhớ rằng, bạn chỉ là một trong số rất nhiều nhà cung cấp khách hàng có thể lựa chọn. Còn nhiều người khác cũng có sản phẩm và dịch vụ tốt, và cũng làm những việc như bạn đang làm để tiếp cận khách. Có thể họ chuẩn bị không kỹ càng như bạn, nhưng điều đó không có nghĩa bạn không cần để ý đến họ.

Bạn cần biết càng nhiều càng tốt về đối thủ cạnh tranh. Có thể khách hàng sẽ so sánh sản phẩm và dịch vụ của bạn với đối thủ và đưa ra nhiều câu hỏi liên quan đến đối thủ. Để có một bài giới thiệu sản phẩm tốt, bạn cần biết rõ về đối thủ của mình để có thể trả lời một cách trung thực, đầy hiểu biết và kỹ càng về họ. Nghiên cứu về sản phẩm của đối thủ sẽ giúp bạn hiểu rõ về điểm mạnh và điểm yếu của họ và so sánh với sản phẩm bạn đang bán. Hãy luôn trung thực và chi tiết. Khi khách hàng tiềm năng hỏi những điều cụ thể về sản phẩm hay dịch vụ của đối thủ, hãy trả lời một cách trung thực, thừa nhận những điểm mạnh của đối thủ. Hãy chia sẻ về những điểm ưu việt của sản phẩm của bạn và không tỏ ra lo lắng về điểm mạnh của đối thủ.

Ngày nay, chỉ với một lệnh tìm kiếm trên Google, khách hàng của bạn sẽ dễ dàng tìm được thông tin về sản phẩm của bạn và các đối thủ. Khi bạn có đầy đủ thông tin, sự trung thực và kinh nghiệm, bạn có cơ hội trở thành chuyên gia tư vấn đáng tin cậy. Thậm chí thông qua việc giải thích lý do bạn chọn bán sản phẩm này thay vì sản phẩm của đối thủ, bạn tạo dựng mối quan hệ và niềm tin với khách hàng và từ đó rất có thể bạn sẽ chốt được hợp đồng.

Một tác dụng phụ của việc tăng cường kiến thức là quá trình bán hàng sẽ trở nên thú vị hơn và bạn sẽ muốn tìm hiểu thêm nữa. Khi có hiểu biết sâu rộng về lĩnh vực bán hàng của mình, bạn sẽ không cảm thấy lo lắng về những câu hỏi khách hàng sẽ đặt ra và bạn sẽ trao đổi một cách thoải mái với họ. Hãy học hỏi thật nhiều, và bạn sẽ trở thành một trong số ít những người bán hàng luôn dễ dàng tạo dựng được mối quan hệ thân thiết với khách hàng, giới thiệu cho họ những tính năng và lợi ích của sản phẩm. Rồi họ sẽ vui vẻ mua hàng của bạn như thể họ đã quyết định việc đó từ lâu rồi.

BƯỚC 2: XÂY DỰNG BÀI GIỚI THIỆU SẢN PHẨM

Khi bạn cảm thấy đã nắm được tương đối đầy đủ thông tin, bạn có thể bắt đầu xây dựng bài giới thiệu sản phẩm. Bài giới thiệu sản phẩm cho bán hàng thường có những mục tiêu sau đây:

- Tạo dựng mối quan hệ và lòng tin
- Xác định vấn đề hay nhu cầu
- Mô tả giải pháp mà bạn cung cấp
- Nhấn mạnh lợi ích của sản phẩm
- Trình bày giá của sản phẩm
- Chốt hợp đồng
- Đề nghị giới thiệu khách hàng tiềm năng
- Bạn có thể xây dựng bài giới thiệu theo nhiều cách, nhưng cần đảm bảo có đủ bảy thành tố này. Khi trình bày, bạn có thể điều chỉnh các thành tố đó sao cho phù hợp với phong cách, hình thức trình bày của bạn cũng như với khách hàng.

a) Hãy xây dựng mối quan hệ và lòng tin ngay từ đầu

Điều này sẽ khiến khách hàng tiềm năng quý mến bạn và hiểu rằng nghe phần giới thiệu của bạn sẽ hữu ích cho họ.

Nhiều người đào tạo nhân viên bán hàng sẽ hướng dẫn bạn một vài kỹ năng cổ điển như hỏi khách hàng tiềm năng về những người xung quanh họ, thú nuôi hay cây cối mà họ có.

Với khách hàng bậc 10, cần có cách tiếp cận tốt hơn thế. Việc làm họ mất thời gian với vài câu chuyện phiếm như vậy không phải là chiến thuật hay để xây dựng lòng tin, sự tôn trọng và lòng quý mến. Thay vào đó, bạn nên có cách tiếp cận trực tiếp hơn để tiết kiệm thời gian cho họ, trước khi bạn *giới thiệu sản phẩm*.

Để nhanh chóng thiết lập mối quan hệ, bạn có thể nói như sau: "Chào chị, tôi biết rằng chị rất bận rộn và có lẽ chị cũng đang có nhiều việc cần làm, vì thế tôi rất cảm ơn chị đã dành thời gian gặp tôi hôm nay. Tôi không muốn làm lãng phí thời gian của chị, vì thế để cân nhắc xem sản phẩm của tôi có phù hợp với chị hay không, chị có cảm phiền nếu tôi hỏi chị vài câu không?" Cách tiếp cận này giúp bạn thiết lập mối quan hệ với khách hàng thông qua việc tôn trọng thời gian của họ chứ không phải thông qua chuyện phiếm.

Thực tế, mối quan hệ và lòng tin được xây dựng trong suốt quá trình bạn trình bày về sản phẩm chứ không chỉ lúc ban đầu.

Nhiều người bán hàng đánh mất niềm tin của khách hàng khi cố gắng thiết lập mối quan hệ ngay lúc mới gặp, khiến cho cuộc gặp trở nên gượng gạo và khiên cưỡng. Nếu trong quá trình giới thiệu sản phẩm, bạn thân thiện, hiểu biết và tôn trọng khách hàng, bạn sẽ xây dựng được mối quan hệ chặt chẽ hơn với khách hàng khi bạn đặt ra một loạt câu hỏi về con chó của họ, chiếc xe Rover hay bức tranh Picasso treo trong phòng.

Để xây dựng lòng tin, hãy chú ý tới kết quả của khách hàng hơn là của bạn. Bạn có thể nói liên hồi để chứng minh là bạn đáng tin cậy, nhưng cách hiệu quả hơn là ghi nhận lời nhận xét của các khách hàng trước đó cho biết sản phẩm của bạn hữu ích như thế nào đối với họ. Còn nếu bạn *chưa từng* làm việc với các khách hàng như vậy bao giờ thì hãy dành thời gian nói chuyện với những người bán hàng khác trong công ty và đề nghị họ nhận xét về sản phẩm của bạn và sử dụng phần thông tin đó cho bài trình bày.

Chú ý không nên tỏ ra bạn đang rất nỗ lực để tạo ấn tượng với khách hàng tiềm năng bởi điều này khiến họ có cảm giác bạn đang bất an. Thay vào đó, hãy tập trung vào những yếu tố có thể giúp bạn tăng cường niềm tin ở khách hàng.

b) Xác định vấn đề hay nhu cầu của khách hàng

Nếu khách hàng của bạn là nam giới độc thân ngoài 30 tuổi và muốn mua một chiếc xe thể thao giá 250.000 đô-la, điều anh ta hướng đến là địa vị và tốc độ. Nếu một cặp vợ chồng đang chuẩn bị có con đầu lòng muốn mua nhà, điều họ mong muốn là không gian rộng rãi và an toàn. Khách hàng là chủ doanh nghiệp muốn tiết kiệm thời gian và tiền bạc. Bạn có thể khái quát hóa nhu cầu của những nhóm khách hàng nhất định cũng như khách hàng mà bạn chuẩn bị gặp.

Ở giai đoạn này, hãy tạm thời không đi sâu vào những tính năng của sản phẩm hay dịch vụ. Mọi chuyện cần xoay quanh nhu cầu của khách hàng. Giai đoạn phân tích nhu cầu này mang lại cho bạn cơ hội xây dựng mối quan hệ với khách hàng trong quá trình bạn tìm hiểu về họ và lắng nghe về những khía cạnh mà sản phẩm của bạn có thể giúp giải quyết vấn đề của họ. Đây cũng là lúc bạn có thể đặt ra nhiều câu hỏi với họ và lắng nghe. Hãy nhớ rằng không phải ngẫu nhiên mà chúng ta có một cái miệng nhưng có hai cái tai.

c) Mô tả giải pháp mà bạn cung cấp

Hãy cho khách hàng biết bạn và sản phẩm của bạn có thể mang lại những lợi ích nào. Hãy đưa ra thời gian chính xác khi sản phẩm được bàn giao và kết quả dự kiến. Bạn sẽ cần bao lâu để khiến một khách hàng mới trở nên hài lòng với sản phẩm của mình? Bạn không nên đưa ra nhiều lời hứa về sản phẩm hay dịch vụ, như vậy khi hoàn thành, khách hàng sẽ dễ dàng nhận được kết quả tốt hơn những gì họ mong đợi.

Bạn cũng không cần trình bày tất cả tính năng của sản phẩm, mà hãy giới thiệu những gì quan trọng đối với họ (và bạn cần xác định được điều này từ trước khi tìm hiểu về vấn đề hay nhu cầu của họ). Điều gì sẽ khiến cho khách hàng hài lòng? Bạn sẽ làm gì? Họ sẽ cần làm gì? Và quan trọng hơn cả, cuộc sống của họ sẽ như thế nào sau khi mua sản phẩm của bạn?

d) Nhấn mạnh lợi ích của sản phẩm hay dịch vụ đối với khách hàng tiềm năng

Hãy liệt kê lý do khách hàng nên sử dụng sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Dù có thể bạn muốn nêu tất cả những tính năng và lợi ích đối với khách hàng, hãy tập trung vào những nội dung phù hợp với khách hàng, dựa trên phân tích về nhu cầu của họ.

- Tiết kiệm thời gian, tiền bạc, công sức.
- Mang lại giải pháp.
- Nhanh hơn.
- Khiến họ cảm thấy khỏe hơn.
- An toàn.
- Lành mạnh.
- Giúp làm việc hiệu quả hơn.
- Thú vị và vui.
- Giúp có thêm thời gian cho các mối quan tâm khác, như gia đình và nghỉ ngơi.

Mọi người mua hàng bằng cảm xúc và cân nhắc quyết định dựa trên logic. Bạn nên cho họ biết những ví dụ có thật về việc sản phẩm của bạn đã giúp khách hàng giải quyết vấn đề như thế nào, khiến họ hào hứng mua. Bạn cũng nên đưa ra cho họ những lý do đầy logic cho việc mua sản phẩm hay dịch vụ của bạn, bởi điều này sẽ giúp họ cảm thấy niềm vui của họ khi quyết định mua là hoàn toàn hợp lý.

Những thành tố A-D này có thể khiến khách hàng của bạn hào hứng. Tuy nhiên, để làm được điều đó, chính *bạn* cũng cần cảm thấy hào hứng. Sự nhiệt thành có sức lan tỏa, và nếu bạn không nhiệt thành, bạn không thể lan tỏa cho người khác! Và khi kém nhiệt tình, khách hàng sẽ không quyết định mua!

Chú ý: *Công cụ Life S.A.V.E.R.S. có thể hữu ích ở khâu này. Thực hành buổi sáng bằng các hoạt động như hình dung và đọc những suy nghĩ tích cực giúp bạn chuẩn bị trạng thái tinh thần tốt nhất vào buổi sáng và tăng hiệu quả cho các cuộc gặp với khách hàng tiềm năng.*

e) Trình bày giá của sản phẩm theo cách khiến cho khách hàng tiềm năng quyết định mua

Bạn có thể giới thiệu nhiều lựa chọn với những gói sản phẩm khác nhau và tùy chọn tính năng sản phẩm. Bạn nên giới thiệu mức giá ở khâu cuối cùng thay vì lúc đầu, sau khi bạn đã có cơ hội cho thấy sự khác biệt và xây dựng giá trị cho sản phẩm. Điều này sẽ khiến cho khách hàng thấy rằng giá trị mà sản phẩm mang lại có thể vượt xa giá của nó.

Một trong những cách hiệu quả nhất để tối ưu hóa nhận định của khách hàng về giá cả là sử dụng *quy luật tương phản*, theo đó khi hai vật được đưa ra nối tiếp nhau, vật thứ hai luôn được so sánh tương phản với vật thứ nhất. Đây là lý do các cửa hiệu luôn bày sản phẩm giảm giá. Giảm giá là một cách hiệu quả để tạo sự tương phản trong tâm trí khách hàng giữa giá gốc và giá đã giảm, và được các nơi, từ bách hóa tới bãi gửi xe áp dụng. Ví dụ, khi đi mua sắm ở trung tâm thương mại và tìm được một chiếc áo sơ mi mà bạn *rất thích* với giá 85 đô-la, bạn có thể sẽ nghĩ, *đắt quá*. Nếu sau đó bạn phát hiện ra rằng chiếc áo đó được giảm giá 50% và nay chỉ còn 42,5 đô-la, bạn sẽ nghĩ, *mình không nên bỏ lỡ cơ hội này*, và bạn mua chiếc áo! Thử nghĩ xem bạn mua chiếc áo vì mức giá 42,5 đô-la, hay vì sự đối lập giữa giá gốc và giá đã giảm? Chắc hẳn là vì sự đối lập. Bạn bị cám dỗ mua món hàng không phải vì mức giá mà bạn bỏ ra mà vì lượng tiền bạn tiết kiệm được khi mua. Nói cụ thể hơn, đó là phản ứng mang tính cảm xúc mà sự đối lập đó đã tạo nên ở bạn. Đây là sức mạnh của *quy luật tương phản* và bạn nên sử dụng quy luật này trong mỗi phần giới thiệu sản phẩm.

Bạn cũng cần giúp khách hàng tiềm năng cảm thấy việc đầu tư khoản tiền vào sản phẩm của bạn là xác đáng bằng cách cung cấp cho họ những lý do logic, ví dụ số liệu thống kê hay thông tin thực tế. Khi họ cảm thấy hứng thú với sản phẩm của bạn và có lý do xác đáng để mua, thì họ sẽ quyết định mua.

Phản ứng của khách hàng với mức giá sẽ cho bạn biết liệu trong quá trình trình bày, bạn đã tạo dựng đầy đủ giá trị cho sản phẩm hay dịch vụ hay chưa. Người ta quyết định mua sản phẩm không phải vì giá mà vì những lợi ích mà nó mang lại.

f) Chốt hợp đồng

Hãy nhắc lại với khách hàng tiềm năng lý do bạn hay công ty bạn là lựa chọn tốt nhất. Hãy làm cho họ cảm thấy thoải mái với quyết định mua hàng đó. Đưa ra lời đề nghị mua hàng, sau đó ngừng nói và để khách hàng quyết định mua. Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ tìm hiểu sâu về cách làm thế nào để chốt hợp đồng một cách thuận lợi và thoải mái hơn bao giờ hết, cho cả bạn và khách hàng.

g) Đề nghị giới thiệu khách hàng tiềm năng

Hãy nhớ rằng những lời giới thiệu chính là những nguồn thu nhập tiềm năng và càng nhận được nhiều lời giới thiệu, càng nhiều khả năng bạn sẽ có được nguồn thu nhập đó. Biết cách khuyến khích khách hàng giới thiệu cho bạn những khách hàng tiềm năng mới đồng nghĩa với việc thu nhập của bạn sẽ không ngừng tăng trong tương lai. Ngay cả khi bạn đã là một người bán hàng giàu kinh nghiệm, năm chiến thuật rất hữu ích dưới đây có thể giúp bạn tìm được nhiều khách hàng tiềm năng tới mức bạn không có đủ thời gian để gọi cho họ.

1. Ghi nhớ, thực hành và có cách làm nhất quán. Cách tốt nhất để có được nhiều lời giới thiệu khách hàng là có cách tiếp cận tốt. Nghe có vẻ đơn giản, nhưng rất ít người bán hàng làm được điều này. Kết quả là họ luôn cố gắng tìm thêm những người có khả năng quan tâm đến sản phẩm trong khi *bỏ qua* việc đề nghị khách hàng của mình giới thiệu những người họ quen biết, mà phần nhiều do họ không tuân thủ cách làm việc nhất quán và chuẩn xác. Cũng vì cách làm việc thiếu nhất quán, những người bán hàng như vậy sẽ không có kết quả nhất quán. Nếu bạn không hoàn toàn *tin tưởng* vào việc có được lời giới thiệu với các khách hàng tiềm năng, khách hàng của bạn cũng sẽ không cảm thấy thoải mái giới thiệu bạn với bạn bè của họ. Bạn sẽ có kết quả bấp bênh, nhiều lúc sẽ có ít rất, thậm chí không có khách hàng tiềm năng nào để gọi. Tuy nhiên, khi bạn ghi nhớ và có cách làm nhất quán mỗi khi đề nghị khách hàng giới thiệu với người quen của họ, bạn đạt được kết quả tốt một cách tự tin.

2. Ngay từ khi bắt đầu bài giới thiệu sản phẩm, hãy cho khách hàng biết rằng bạn sẽ nhờ họ giới thiệu với những khách hàng

tiềm năng khác. Đây là một điểm quan trọng giúp bạn nhận được nhiều lời giới thiệu. Nếu bạn không cho khách hàng biết trước là bạn sẽ đề nghị, bạn sẽ không chỉ dễ dàng thất bại mà còn dành toàn bộ quyền quyết định cho *khách hàng của bạn* về việc họ có nên giới thiệu cho bạn không. Bạn có thấy rằng bạn chủ động sẽ tốt hơn là để khách hàng toàn quyền quyết định, trong khi trước nay họ chưa từng giới thiệu bạn? Bạn mới là người biết rõ những người sẽ được giới thiệu sẽ cảm nhận như thế nào sau khi gặp bạn.

3. Dưới đây là một ví dụ về cách nói với khách hàng tiềm năng lúc bắt đầu phần thuyết trình, để họ biết rằng bạn sẽ nhờ họ giới thiệu: "Bob, cảm ơn anh rất nhiều vì đã đồng ý gặp tôi. Tôi sẽ làm hết sức để cuộc gặp này của chúng ta hữu ích. Tôi sẽ (giới thiệu với anh/hỗ trợ anh/thảo luận/đánh giá) về..., nhưng mục tiêu của tôi không phải là chỉ bán cho anh mặt hàng nào đó. Nếu anh quan tâm đến những gì tôi giới thiệu và cho rằng đó là một mặt hàng tốt, tất nhiên chúng ta sẽ xem xét những phương án tốt với anh. Nhưng mục tiêu lớn nhất của tôi là mang lại giá trị cho anh và anh sẽ vui lòng giới thiệu tôi với những người mà anh thấy rằng sản phẩm của tôi sẽ có ích với họ – cũng như Jim đồng nghiệp của anh, đã giới thiệu anh cho tôi. Đây cũng chính là điều khiến tôi yêu thích công việc này: hầu như mọi người tôi gặp đều giới thiệu tôi với người quen của họ, và như vậy mọi người đều được lợi. Nhưng như tôi đã nói, tôi thật sự muốn tập trung vào những giá trị mà cuộc gặp này mang lại cho anh."

Bằng cách nói trước như vậy, mọi chuyện sẽ trở nên dễ dàng hơn rất nhiều khi bạn đưa ra lời đề nghị lúc kết thúc bài trình bày. Bạn sẽ chỉ cần nhắc lại với họ điều bạn đã nói lúc trước. Khách hàng tiềm năng sẽ không có cảm giác đề phòng và sẽ cảm thấy thoải mái khi giới thiệu người quen cho bạn.

4. Hãy đề nghị họ giới thiệu 10-15 người và kỳ vọng sẽ nhận được *ít nhất* 10 người. Hãy nhớ rằng bạn *không hy vọng nhận được lời giới thiệu, mà là bạn kỳ vọng nhận được lời giới thiệu.* Dù bạn đề nghị họ giới thiệu 10 người hay 50 người, việc bạn có kỳ vọng là họ sẽ giới thiệu hay không sẽ có hiệu ứng lên chính vị khách hàng mà bạn đề nghị. Nếu khách hàng nhận thấy bạn không kỳ vọng là sẽ được giới thiệu 10 người hoặc hơn thế, họ cũng sẽ không giới thiệu cho bạn hơn 10 người một cách tự tin hay thoải mái. Kỳ vọng sẽ quyết định kết quả của bạn và bạn sẽ nhận được những gì bạn kỳ vọng. Khi tự tin đề nghị khách hàng giới thiệu 10-15 người, bạn sẽ có cơ hội thực hành cách làm nhất quán của mình, và dần dần mỗi khách hàng sẽ giới thiệu 10-15 người cho bạn đúng như mong đợi.

5. Hãy cho họ thấy rằng bạn từng nhận được rất nhiều lời giới thiệu từ khách hàng. Như trong phần trước chúng tôi đã giới thiệu, bạn sẽ tận dụng được hiệu quả của minh chứng xã hội khi bạn nói với khách hàng rằng bạn được bạn bè hay đồng nghiệp của họ giới thiệu. Tùy thuộc vào công cụ dùng để đề nghị giới thiệu, bạn có thể sử dụng minh chứng xã hội một cách hiệu quả hơn nữa. Cá nhân tôi thường ghi chép thông tin khi được khách hàng giới thiệu với người quen của họ. Sau khi nói với khách hàng những điều tôi đã chuẩn bị để đề nghị họ giới thiệu, tôi mở sổ và cho họ thấy rằng trên mỗi trang có đến 15 người được giới thiệu, có thể còn hơn thế nữa. Điều này giúp họ thấy rằng mọi người vẫn thường xuyên giới thiệu cho tôi trên 10 người quen. Nhờ đó họ sẽ cảm thấy thoải mái khi làm điều tương tự, bởi vì mọi người đều thấy thoải mái khi làm điều mà những người khác làm. Nếu sổ của bạn chưa có thông tin của nhiều người như vậy, bạn có thể đề nghị người thân hay bạn bè của bạn giới thiệu 15 người để khởi đầu quá trình tìm người giới thiệu.

6. Hãy chuẩn bị tinh thần nghe lời từ chối từ khách hàng. Hãy nhớ rằng trung bình phải tới lần chào hàng thứ năm thì chúng ta mới bán được hàng. Với đề nghị khách hàng giới thiệu người quen cũng vậy, vì thế hãy chuẩn bị tinh thần là bạn sẽ bị từ chối vài lần. Khách hàng thường từ chối *không* phải vì một lý do sâu xa nào đó liên quan đến đạo đức, giá trị hay nguyên tắc của họ, mà vì việc từ chối như "Tôi không muốn giới thiệu bạn bè" hay "Tôi không biết ai cả" bao giờ cũng đơn giản hơn là viết ra danh sách những người mà họ sẽ giới thiệu cho bạn. Hãy nhấn mạnh lại và nói với họ rằng việc này rất quan trọng với bạn, bạn rất muốn gặp bạn bè và đồng nghiệp của họ và việc gặp gỡ với bạn sẽ mang lại giá trị cho bạn và người quen của họ. Việc gặp gỡ bạn thực sự hữu ích với họ, bạn có nghĩ vậy không?

BƯỚC 3: THỰC HÀNH

Hãy dành nhiều thời gian để luyện thuyết trình cho đến khi bạn hoàn toàn thành thục. Đến một lúc nào đó, những câu chữ đó sẽ trở thành của bạn và bạn thuyết trình như thể đang nói chuyện với khách hàng. Hãy nhớ rằng thực hành không nhất thiết tạo nên sự hoàn hảo, nhưng thực hành chắc chắn tạo nên giá trị *lâu dài*.

BƯỚC 4: ĐỨNG (HOẶC NGỒI) VÀ GIỚI THIỆU SẢN PHẨM

Cuối cùng đã đến lúc bạn trình bày bài giới thiệu sản phẩm!

Trong nhiều trường hợp, đây là lần đầu tiên bạn và khách hàng tiềm năng giao tiếp với nhau, vì thế ấn tượng ban đầu rất quan trọng. Tôi không mất nhiều thời gian để biết được là mình có ấn tượng tốt với ai đó hay không, và tôi cá là bạn cũng vậy. Hãy chuẩn bị tinh thần – khách hàng tiềm năng của bạn cũng có đánh giá tương tự ngay khi họ gặp bạn.

Việc có tạo được ấn tượng tốt hay không hoàn toàn phụ thuộc vào bạn, nhờ sự tự tin, tươi cười và giao tiếp bằng mắt với khách hàng. Nói cách khác, hãy cư xử thân thiện, cởi mở và có thái độ thật dễ chịu.

Công việc bán hàng gắn liền với các mối quan hệ và mọi người thích làm việc với những người mà họ biết và tin tưởng. Trong suốt bài trình bày, hãy chú ý tìm hiểu về sở thích, gia đình của khách hàng tiềm năng, cũng như họ làm gì trong thời gian rảnh rỗi. Người bán hàng không thể chỉ nói những chuyện vô thưởng vô phạt như chuyện thời tiết, mà cần tập trung và chủ ý xây dựng mối quan hệ bằng cách tìm hiểu điều gì là quan trọng đối với khách hàng và cho họ thấy bạn thực sự quan tâm đến họ. Họ cần có được lòng tin với người bán hàng cho họ, đó chính là *bạn*.

Bạn cần thực sự quan tâm đến những người đã dành thời gian quý giá của họ để gặp bạn và bạn cần thể hiện sự quan tâm đó. Hãy luôn tò mò theo cách tích cực và tìm hiểu xem người đang ngồi đối diện kia quan tâm điều gì. Bạn càng kết nối tốt với mọi người, quá trình bán hàng của bạn sẽ càng suôn sẻ.

Hãy nhớ rằng điều bạn nói với khách hàng tiềm năng không phải lúc nào cũng là yếu tố để lại ấn tượng, mà là *cách nói*. Trong bài trình bày, bạn cần cho thấy sự tự tin, đồng cảm, kiến thức, chuyên môn, linh hoạt và sự quan tâm. Nếu làm được điều này, bạn sẽ thường xuyên thiết lập được các mối quan hệ tốt với khách hàng tiềm năng và mối quan hệ đó sẽ tồn tại trong suốt quá trình bán hàng cũng như trong tương lai, khi họ giới thiệu những khách hàng tiềm năng khác cho bạn.

Dưới đây là một số lời khuyên để trình bày hiệu quả:

- Luôn giao tiếp một cách tự tin, với nhịp độ vừa phải và chủ động. Nếu bạn cảm thấy không thoải mái trong lúc trình bày, mọi người sẽ nhận thấy ngay. Nếu bạn chưa tự tin, cũng đừng lo lắng vì bạn không phải là người duy nhất như vậy. Mọi người đều có những nỗi lo lắng về bản thân. Mỗi người chúng ta đều có lúc tự hỏi liệu mình đã làm tốt chưa và cần

làm gì để thành công. Để tạo dựng sự tự tin, hãy chuẩn bị một số câu nói tích cực, hình dung bạn ở trạng thái tự tin nhất và đọc những cuốn sách về cách rèn luyện sự tự tin.

- Hãy đảm bảo rằng khách hàng tiềm năng theo kịp những gì bạn đang nói. Đôi khi chúng ta mặc định rằng người khác cũng hiểu biết về những vấn đề mà ta coi là đương nhiên. Thỉnh thoảng hãy hỏi người nghe xem họ có gì cần hỏi không. Hãy dùng những cụm từ như "Quý vị có thấy thế không?" để đảm bảo là khách hàng vẫn theo kịp bạn.
- Trình bày một cách hào hứng, và như vậy khách hàng tiềm năng cũng sẽ hào hứng với những gì bạn nói.
- Nếu bạn dự định đưa thêm minh họa vào bài trình bày, hãy làm từng bước. Hãy thử vài lần để đảm bảo là bạn không làm lãng phí thời gian của khách hàng. Sẽ thật không hay khi phải xin lỗi vì trình bày không thành công. Tốt nhất là thất bại và lãng phí thời gian của chính mình, hơn là trước mặt khách hàng.

Cho thấy hơn là kể

Nếu được sử dụng hợp lý, công cụ trực quan sẽ mang lại hiệu quả rất lớn. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng dù có những cách học hỏi khác nhau, như qua nghe hiểu hay vận động, tất cả mọi người đều quan tâm đến các yếu tố trực quan và thông thường, hình ảnh trực quan có tính thuyết phục cao. Thậm chí theo các chuyên gia về mạng xã hội, nội dung trực tuyến thu hút được nhiều sự chú ý hơn, được chia sẻ nhiều hơn và cuối cùng, truyền tải được nhiều hơn.

Tuy nhiên, hãy nhớ rằng các công cụ trình bày cũng chỉ là công cụ. Chúng là những thành phần bổ sung, giúp cho bài trình bày hiệu quả hơn. Tôi luôn coi trọng sự đơn giản và thấy rằng đôi khi công cụ trực quan áp đảo bài trình bày của bạn và khiến cho người nghe bị phân tâm. Điều này càng rõ nét nếu bạn cảm thấy không thoải mái khi sử dụng công cụ trực quan hay khi bạn phải loay hoay giải thích hình ảnh trực quan có ý nghĩa gì. Công cụ trực quan nên có chức năng tăng cường cho bài thuyết trình chứ không phải khiến bạn bị phân tâm.

Đôi khi, công cụ trực quan quan trọng nhất lại chính là sản phẩm hay dịch vụ. Khi phù hợp, hãy cho khách hàng biết bạn muốn chỉ cho họ thấy bạn có thể cung cấp cho họ những gì, một cách trực quan. Tuy nhiên, cũng nên nhớ rằng công cụ trực quan quan trọng nhất cũng chính là *bạn*. Không tờ thuyết trình nào có thể

cứu vãn được nếu bạn thiếu chuẩn bị hay có thể thay thế cho sự kết nối giữa bạn với khách hàng.

Bên cạnh việc chuẩn bị tốt để trình bày, dưới đây là những công cụ trực quan bạn có thể cân nhắc sử dụng:

- Chính sản phẩm của bạn: Nếu bạn muốn giới thiệu về một sản phẩm, thì chính nó là công cụ trực quan tốt nhất.
- Video: Hãy trình chiếu hình ảnh sản phẩm hay lời nhận xét của một khách hàng hết sức hài lòng về sản phẩm đó.
- PowerPoint: Không có video cũng không sao. Hãy chuẩn bị một vài trang thuyết trình và điều chỉnh nội dung sao cho phù hợp với khách hàng và công ty của họ. Hãy đảm bảo là bài trình bày của bạn nhanh gọn, nhiều thông tin thực tế và hấp dẫn.
- Sản phẩm công nghệ: Ngày nay bạn có thể sử dụng máy tính bảng ở hầu như mọi lúc mọi nơi. Vì thế, hãy sử dụng thiết bị công nghệ cho bài trình bày bất cứ khi nào có thể.

BƯỚC 5: ĐÁNH GIÁ BUỔI GIỚI THIỆU SẢN PHẨM

Dù có chốt được hợp đồng hay không, bạn đã có một cơ hội học hỏi tuyệt vời từ mỗi bài giới thiệu. Nếu xem những bài trình bày là quá trình đào tạo qua thực tế công việc, hãy coi việc xem lại bài thuyết trình là một cách để nâng cao kỹ năng.

Sau khi thuyết trình, muộn nhất là sau 24 giờ, hãy dành thời gian (dù chỉ năm phút) ghi lại những gì bạn đã làm tốt, những gì cần cải thiện trong lần tới, điều gì bạn nói có hiệu quả và điều gì cần thay đổi.

Càng thực hiện nhiều buổi trình bày, kỹ năng của bạn sẽ càng tốt lên. Lần đầu thuyết trình, bạn sẽ thấy hồi hộp và lo lắng sẽ quên một số ý cần nói. Đừng lo lắng, bởi điều đó hoàn toàn bình thường. Khi trình bày nhiều lần, bạn bắt đầu cảm thấy quen với điều đó và sau rất nhiều lần, bạn có thể thuyết trình ngay cả khi đang ngủ! Sau mỗi lần thuyết trình, kỹ năng của bạn sẽ tốt lên một chút và cuối cùng, bạn sẽ có kỹ năng tốt như, thậm chí tốt hơn cả "cái tay" vẫn được tôn vinh vì có doanh số đứng đầu hết tháng này sang tháng khác!

Chân thật và hoàn hảo

Nếu bạn cho rằng chuẩn bị như thế này là quá nhiều cho một vài

phút nói chuyện với khách hàng tiềm năng, hãy nghĩ lại.

Tất cả quá trình nghiên cứu, thu thập thông tin, xây dựng bài giới thiệu, thực hành, đánh giá và thực hành thêm không phải là chỉ nỗ lực nhằm làm việc chăm chỉ hơn những người khác. Những việc này còn nhằm chuẩn bị kiến thức và cảm xúc của bạn để một lúc nào đó bài trình bày của bạn sẽ tự nhiên tới mức bạn *như không trình bày* nữa.

Khi làm chủ bài giới thiệu, tôi tin rằng bạn đã đạt tới ngưỡng mà ở đó bạn vượt ra khỏi phạm vi một bài giới thiệu sản phẩm thông thường. Bạn không chỉ bán hàng, giới thiệu sản phẩm, hy vọng, cần một điều gì đó, mà đã có được sự chân thật đáng giá trong bất cứ lời chào hàng nào.

Chúng ta đang sống trong một thời đại mà ở đó mọi người coi trọng sự kết nối và chân chật hơn bao giờ hết và không ở đâu điều này rõ nét như trong lĩnh vực bán hàng. Khách hàng tiềm năng càng cảm thấy bạn quan tâm đến *họ* – chứ không phải liệu họ có mua hàng không – và rằng những lời bạn nói là chân thành, họ sẽ càng cảm thấy thân thiết với bạn và họ sẽ càng ít soi xét bài giới thiệu sản phẩm của bạn. Bạn càng chân thành, khả năng họ đồng ý làm việc với bạn càng lớn.

Bạn không thể tỏ ra chân thật. Nhưng bạn có thể mở lòng và luôn sẵn lòng sống chân thật. Nếu đó là lần đầu tiên bạn thuyết trình về sản phẩm bởi hôm đó chính là ngày làm việc đầu tiên của bạn, cũng đừng giấu giếm điều đó. Hãy cho khách hàng tiềm năng biết về công việc của bạn khi đó, như có những điều bạn chưa biết, bạn mới làm trong lĩnh vực này vài tháng hay vài năm, và đôi khi sự nhiệt tình của bạn có thể bù đắp cho việc thiếu kinh nghiệm.

Nếu bạn mới vào nghề bán hàng, hãy cho khách hàng tiềm năng biết. Hãy nói với họ rằng bạn mới vào làm, nên bạn sẽ nỗ lực để làm tốt. Sự mới mẻ cũng chính là vũ khí bí mật của bạn!

Đừng cố gắng trở nên hoàn hảo, mà thay vào đó, hãy luôn chân thật. Hãy là chính mình. Khi bạn quý trọng bản thân mình, những người khác cũng sẽ làm vậy.

Vậy sự chân thật có đảm bảo bạn sẽ chốt được hợp đồng không? Nó là một thành tố cho quá trình đó. Có phần giới thiệu sản phẩm tốt không đảm bảo được rằng khách hàng tiềm năng của bạn sẽ chạy ngay ra quầy thanh toán, đưa ra chiếc thẻ American Express hạng bạch kim và yêu cầu ký hợp đồng.

Bạn vẫn còn một chướng ngại vật nữa cần vượt qua… và chúng ta sẽ bàn tới trong chương tiếp theo.

CÁC BƯỚC ĐỂ TĂNG DOANH SỐ

Bước 1: Lấy sổ ghi chép và ghi lại năm điều quan trọng nhất mà bạn cần biết về sản phẩm và dịch vụ của bạn, cũng như việc sản phẩm đó hữu ích ra sao với khách hàng. Viết ra năm điều bạn nên tìm hiểu về khách hàng trước khi gặp gỡ họ.

Bước 2: Dành ra một giờ để tìm hiểu về ba đối thủ cạnh tranh hàng đầu của bạn và những lợi ích cùng điểm yếu chủ chốt của sản phẩm hay dịch vụ của họ. Cố gắng tìm hiểu về đối thủ một cách cặn kẽ, biết rõ về lợi thế cạnh tranh của mình và từ đó giới thiệu với khách hàng tiềm năng. Bước này cũng sẽ giúp bạn hiểu rõ hơn về khách hàng bậc 10 của mình cũng như cách tìm ra họ.

Bước 3: Xem lại và ôn luyện bài giới thiệu sản phẩm. Nó có đáp ứng các gợi ý chúng tôi đã đưa ra trong chương này không? Tìm xem có điểm nào trong đó có thể cải thiện không, và thay đổi nếu cần thiết, rồi thực hành. Ôn luyện lại. Làm chủ bài giới thiệu.

Bước 4: Mỗi sáng, trong khi thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, hãy dành một phút để xem lại các lịch hẹn trong ngày và hình dung cuộc gặp với mỗi khách hàng tiềm năng và đánh giá nhu cầu của họ. Hãy hình dung mọi việc diễn ra chính xác theo kế hoạch. Bạn nhận được thông tin chi tiết từ họ, từ đó có thể giúp bạn giải quyết vấn đề của họ. Bạn sẽ đặt những câu hỏi nào? Họ phản hồi như thế nào? Bạn nói hay lắng nghe nhiều hơn? Bằng cách hình dung từ trước, bạn sẽ có một cuộc gặp suôn sẻ hơn rất nhiều khi trực tiếp tiếp xúc với khách hàng.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— Mike Huboky Giám đốc Marketing, N2 Publishing

Mike Huboky đầy đam mê và nhiệt huyết đối với việc phát triển tinh thần kinh doanh. Ông là chuyên gia tuyển dụng đã được vinh danh của Vector Marketing, nơi ông dành 20 năm xây dựng chuyên môn trong các lĩnh vực tuyển dụng, bán hàng và phát triển kỹ năng lãnh đạo. Mike đã tuyển dụng và đào tạo hàng ngàn nhân viên bán hàng. Mike rất tự hào vì đã thúc đẩy nhiệt huyết, đam mê, đạo đức nghề nghiệp của các nhân viên cũng như khả năng vượt qua trở ngại. Thái độ và tư duy làm việc của Mike đã đưa ông tới vị trí lãnh đạo tại các tổ chức chuyên về bán hàng, như vị trí Giám đốc Marketing tại N2 Publishing hiện nay.

Mike nói về tầm quan trọng của việc tạo dựng sự kết nối với khách hàng trong các bài giới thiệu trước khi chào bán sản phẩm như sau:

"Một khi đã xóa bỏ được sự nghi ngại ban đầu, họ rất cởi mở với những gì tôi đang giới thiệu hoặc trình bày. Dù gặp tổng giám đốc hay chủ doanh nghiệp, tôi luôn coi mình ngang hàng với họ.

Tôi xây dựng giá trị cho những mặt hàng tôi bán và hiệu quả của sản phẩm đó với công việc *của họ*. Tôi liên tục đặt câu hỏi để đảm bảo rằng chúng tôi hiểu ý nhau. Bạn có thấy cách làm này sẽ giúp cho doanh nghiệp của bạn phát triển không? Tôi đặt rất nhiều câu hỏi mà tôi biết rằng câu trả lời sẽ là *Có*. Một loạt câu trả lời *Có* sẽ đưa tới một thương vụ thành công.

Tôi cố gắng để khách hàng biết rằng tôi đặt lợi ích của họ lên trên hết. Tôi giữ liên lạc với họ sau khi họ mua hàng. Không phải người bán hàng nào cũng đáng tin cậy và họ sẽ không bao giờ liên lạc lại với bạn."

Điều tôi ấn tượng nhất với Mike là thái độ và đạo đức nghề nghiệp của ông. Ngay cả khi ông có những bài giới thiệu sản phẩm thành công nhất và ký được rất nhiều hợp đồng, ông vẫn tập trung tìm kiếm những khách hàng tiếp theo. “VẬN ĐỘNG, VẬN ĐỘNG, VẬN ĐỘNG là điều mấu chốt. Dù đi đúng hướng, bạn vẫn có thể bị bỏ lại phía sau nếu bạn không tiếp tục vận động.”

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— Julie Thiry Nhà sáng lập kiêm Yogi[11] chính của 11Exhale

Jeff Latham, vốn là một người tích cực thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, và đã giới thiệu cuốn sách với Julie. Julie đã tải cuốn sách và đọc trên iPhone từ tháng 12 năm 2013. Đến nay, sau gần một năm rưỡi, cô cảm thấy biết ơn về những tác động mà Life S.A.V.E.R.S. mang lại.

"Trước khi thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, cuộc sống của tôi thiếu định hướng và sự ổn định. Có cảm giác tôi hoạt động nhiều nhưng không có mục đích rõ ràng, và nay tôi đã đạt được những điều đó nhờ *Buổi sáng diệu kỳ*. Trước khi thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi có cảm giác mình chỉ sống một cuộc sống đều đều chứ không có mục tiêu".

Julie đạt được kết quả tuyệt vời với *Buổi sáng diệu kỳ* bởi "tôi dùng quá trình như một công cụ để tạo mục tiêu, khiến cho mỗi ngày đều rất rõ ràng và có tầm nhìn cụ thể. Nhờ việc chăm sóc đều cho tâm trí vào mỗi buổi sáng, tôi có thể tập trung tốt hơn cho công việc và gia đình. Sử dụng Life S.A.V.E.R.S. là cách tôi chăm sóc bản thân trước khi chăm sóc những người khác. Tôi có thể dành ít thời gian hơn cho công việc và dành nhiều thời gian để theo đuổi đam mê của mình là yoga cũng như cho gia đình, mà vẫn đảm bảo xử lý được khối lượng công việc. *Buổi sáng diệu kỳ* đã dạy tôi cách tập trung sức lực để làm được nhiều việc hơn."

Cô nói đầy hào hứng: "Tôi rất yêu thích hệ thống thực hành này – nó chỉ lấy của tôi 4% quỹ thời gian của một ngày nhưng mang lại hiệu quả cho cả ngày hôm đó."

Chương 9

Kỹ năng tăng doanh số #3: chốt hợp đồng một cách thoải mái

"Bán hàng thực chất là kể một câu chuyện đầy cảm xúc, nhằm khiến khách hàng tiềm năng cảm thấy họ đang đứng trước một triển vọng mới mẻ và đầy hứa hẹn. Công việc sau đó rất đơn giản, chỉ là gợi ý để họ tham dự vào quá trình biến triển vọng đó thành hiện thực cùng với sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Khi thực hiện một cách tinh tế và nghệ thuật, bạn sẽ khiến khách hàng tiềm năng thấy phấn chấn hơn sau cuộc gặp gỡ."

— KEVIN DONAHUE,

Nhà sáng lập Executive Sales Source

Với hầu hết nhân viên kinh doanh và khách hàng tiềm năng, chốt hợp đồng có lẽ là khâu ít dễ chịu nhất trong toàn bộ quá trình mua bán. Lý do chính có lẽ vì con người nói chung đều sợ đưa ra quyết định sai, vì vậy, họ thà không quyết định còn hơn lựa chọn nhầm. Tình huống như thế này: Sau bao nỗ lực, cuối cùng bạn cũng chuẩn bị chốt hợp đồng, và chỉ cần một câu trả lời chắc chắn "có" hay là "không" từ khách hàng. Đây chính là thời điểm căng thẳng nhất. Với tâm trạng lo lắng nhưng cũng đầy mong ngóng, bạn nhìn thẳng vào vị khách quý, và dõng dạc hỏi về quyết định của họ, tất nhiên mong đợi từ ngọt ngào "Có". Thế nhưng câu trả lời bạn nhận được là "Tôi cần cân nhắc thêm", hoặc "Tôi không đủ tiền", hay tệ hơn "Tôi cần bàn lại với vợ tôi/đối tác/con mèo của tôi/thần hộ mệnh/anh làm vườn…" (Tóm lại là bất cứ ai không có mặt lúc đó và không được nghe bài diễn thuyết tâm huyết của bạn.)

Nhưng nếu bạn có thể giảm thiểu hay loại bỏ hoàn toàn giây phút

căng thẳng đó, để công việc chốt hợp đồng dễ chịu hơn, đơn giản hơn, hay thậm chí chẳng tốn chút công sức nào thì sao? Nếu bạn là bậc thầy trong lĩnh vực xử lý lời từ chối trước cả khi chúng hình thành, và khách hàng tiềm năng không còn lý lẽ nào khác ngoài việc phải nói "Có, tôi đồng ý" và mua sản phẩm của bạn thì sao? Nếu như, bạn không cần phải hỏi khách hàng mua hay không, vì quá trình chốt hợp đồng vốn đã được thiết kế để dẫn dắt khách hàng đi đến quyết định "Có" một cách tự nhiên và thoải mái? Nếu những điều này hấp dẫn với bạn, tôi tin là bạn sẽ thích chương này.

CHỐT HỢP ĐỒNG THỰC CHẤT LÀ CUỘC ĐỐI THOẠI

Không nên giới thiệu xong sản phẩm mới tính đến chuyện chốt hợp đồng và xử lý lời từ chối. Hãy nghĩ rằng bạn đang nói chuyện với một người bạn, và khuyên người bạn đó mua một sản phẩm mà bạn đang dùng và rất thích, nếu họ khước từ một vài lần, bạn cũng sẽ không cảm thấy khó chịu. Bạn chỉ cần nghe những lời khước từ đó và xử lý chúng. Ví dụ như sau:

"Bob này, cậu cũng nên mua một chiếc iPhone đi. Mình đang dùng, thích lắm!"

[Khước từ] "Nhưng mình cũng không chắc có cần không. Mình cũng chỉ cần để nghe gọi thôi, không dùng hết tính năng của nó."

"Mình cũng từng nghĩ y như thế. Nhưng dùng tiện lắm. Giờ mình làm mọi việc trên điện thoại, ở bất kỳ chỗ nào. Không cần cứ phải ở phòng làm việc, mình vẫn trả lời e-mail, nhắn tin cho khách hàng, cập nhật lịch làm việc, mà nó tự động đồng bộ với máy tính nhé, có cả định vị chỉ đường đến chỗ hẹn khách hàng nữa. Giờ mình không cần mở thiết bị định vị ra nữa rồi. Như thế là mình mang theo máy tính theo người đấy, đủ hết chức năng, mà đút vừa túi quần chứ."

[Khước từ] "Nhưng mình đi lại nhiều lắm, mình sợ đánh mất hoặc để quên trên máy bay."

"Thì vì đi lại nhiều, cậu mới cần nó. Cậu vốn thích phim ảnh mà. Cậu có thể tải phim và các chương trình truyền hình trên máy bay đấy."

"Thật hả, mình không biết là tiện lợi đến thế."

"Thật đấy, mà có các loại ứng dụng cho mọi việc luôn. Như là kiểm tra chi phí này, rồi chỉ cần chụp lại thẻ tên của những người mình

gặp là thông tin trong thẻ được tự động lưu vào cơ sở dữ liệu. Thật ra là, càng nói mình càng thấy nó giúp ích nhiều, và thay đổi hẳn cuộc sống của mình.

[Khước từ] "Nhưng mà điện thoại này đắt lắm. Tình hình kinh doanh của mình gần đây không tốt lắm, mình cũng không chắc là có mua nổi không. Có lẽ nên đợi thêm."

"Nếu mà nói đến chuyện đắt rẻ, thì thật ra bình gas hôm nay mình mua còn đắt hơn cả một chiếc iPhone nữa. Nhưng có thiết bị gì mà cậu dùng đến ít hơn điện thoại không?

Thử tính xem hiệu quả làm việc của cậu sẽ tăng bao nhiêu, so với số tiền bỏ ra cho nó. Cứ coi như đấy là một khoản đầu tư kinh doanh mà không bị tính thuế đi. Càng mua nó sớm bao nhiêu thì công việc của cậu càng trôi chảy, tiết kiệm công sức sớm bấy nhiêu, và kiểu gì tình hình kinh doanh của cậu chẳng khá hơn. Mình sẽ ngồi với cậu để hướng dẫn cậu cách sử dụng nó cho việc kinh doanh, rồi chỉ cần một hoặc hai tháng thôi là cậu kiếm đủ lại vốn cho cái điện thoại đấy rồi. Thật tình, càng nói mình càng thấy đây đúng là vụ đầu tư hời. Cậu nghĩ sao, hay là bọn mình đi mua luôn bây giờ?"

"Được rồi. Cậu nói phải. Đi thôi."

Như bạn đã thấy, Bob khước từ ba lần, nhưng bạn không coi đó là lời từ chối thật sự. Bạn cứ tiếp tục cuộc nói chuyện một cách thoải mái, và tìm cách thuyết phục mỗi lần cậu bạn đưa ra lý do khước từ. Việc này giống như khi bạn gặp khách hàng tiềm năng.

BẢN CHẤT LỜI KHƯỚC TỪ

Hãy bắt đầu từ đây: Lời khước từ không phải là "Không".

Lời khước từ đơn thuần chỉ là một băn khoăn, một yêu cầu được cung cấp thêm thông tin. Bạn có thể *nghĩ rằng* điều bạn vừa *nghe giống như* lời từ chối, và tương tự như "Không". Nhưng thực tế không phải vậy. Bạn đang nghe một lời khước từ, không phải "Không".

"Tôi không biết đủ tiền không", không phải *Không*. "Tôi không chắc nó có phù hợp mới mình", không phải *Không*. "Tôi không nghĩ là mình cần nó bây giờ", cũng không phải *Không*.

Điều khách hàng tiềm năng của bạn đang nói thật ra là "Tôi có một *băn khoăn*. Tôi vẫn chưa sẵn sàng nói '*Có*'. Tôi cần thêm thông

tin." Công việc của bạn là tìm hiểu những lời khước từ phổ biến nhất, thuộc nằm lòng, chờ đợi những lời đó từ khách hàng tiềm năng, và chuẩn bị sẵn cách đối đáp nhẹ nhàng, khéo léo.

Một trong những điều quan trọng nhất giúp tăng tỷ lệ chốt thành công hợp đồng là đừng để những lời khước từ ảnh hưởng đến tâm lý của bạn. Khi thật sự dồn nhiều công sức cho một khách hàng tiềm năng, bạn sẽ không vội vàng xử lý lời khước từ của họ và hối thúc việc chốt hợp đồng. Bạn cần cố gắng tìm hiểu điều họ thực sự mong muốn được biết là gì để có thể đưa ra quyết định mua hàng hợp lý nhất. Hãy lắng nghe khách hàng, đọc ngôn ngữ cơ thể của họ, cho họ thứ họ cần, và bạn có thể biến bất cứ người nào đang khước từ thành khách hàng thật sự.

Theo kinh nghiệm của tôi, mọi lời khước từ ẩn chứa một vài câu hỏi mà người khước từ không muốn nói thành lời. Tuy không được đưa ra dưới dạng câu hỏi, bản chất của chúng đích thực là vậy. Vì vậy, việc bạn cần làm là a) tìm ra đó là câu hỏi gì và b) trả lời. Lời khước từ không đồng nghĩa với "Không". Đó chỉ đơn thuần là một câu hỏi, một yêu cầu được cung cấp thêm thông tin và/hoặc xác nhận được ngụy trang. Hiểu được điều này chính là bước đi đầu tiên giúp bạn xử lý gọn gàng mọi lời khước từ, và chốt được nhiều hợp đồng. Bạn sẽ không còn nghĩ rằng lời khước từ đang nhắm vào bạn, tấn công bạn, thậm chí khiến bạn tranh luận với cả khách hàng tiềm năng.

BẮT ĐẦU VƯỢT QUA LỜI KHƯỚC TỪ

Trong khâu chốt hợp đồng, vượt qua lời khước từ là một kỹ năng tổng hợp, lồng ghép và gần như không thể phân rõ thành phần của nó. Hãy học cách vận dụng kỹ năng này một cách hiệu quả, và bạn sẽ nhận được nhiều tiền hoa hồng hơn.

Dù khách hàng tiềm năng quyết định mua hay không, bạn vẫn cần xây dựng mối quan hệ ở mức độ thân thiết, tiếp cận họ ở góc độ cá nhân. Hãy cho thấy rằng bạn thật sự yêu thích sản phẩm và dịch vụ của mình, đưa ra một số dẫn chứng và số liệu đầy thuyết phục, để cuối cùng khách hàng phải thốt ra từ "Có".

Tuy nhiên mọi chuyện không phải lúc nào cũng thuận lợi như vậy. Tôi từng ở trong tình huống giống bạn, thực ra hiện tại vẫn thế, và hiểu rằng nhiều khi lời khước từ áp đảo sự đồng tình.

Khi đã nhuần nhuyễn kỹ năng giới thiệu sản phẩm, bạn sẽ sớm nhận ra rằng khách hàng nào cũng nghĩ ra đủ kiểu khước từ, một

số hợp lý, số khác, thẳng thừng ra mà nói, điên rồ.

Bạn phải làm gì khi gặp phải tình huống như vậy? Đừng lo lắng, tôi sẽ nói với bạn giải pháp ngay bây giờ.

Điều khó nhất trong bán hàng có lẽ là xử lý lời khước từ của khách hàng tiềm năng. Chỉ cần không vượt qua được một lời khước từ thôi, bạn có thể vuột mất khách hàng đó. Thông thường, rất khó nhận ra đó là lý do thật, hay chỉ là cái cớ để che đậy nguyên nhân thật sự. Ví dụ, khi khách hàng không đủ tiền cho sản phẩm nào đó, nhưng ngại không nói ra, họ sẽ đưa ra một lý do bất kỳ để tránh bị xấu hổ.

Một số khách hàng tiềm năng khước từ, đơn giản vì muốn có cảm giác khách hàng là Thượng đế. Bạn cần biết rằng một số người hành động vì cái tôi, muốn chứng minh mình ở "cửa trên", nên họ thích thú cảm giác gây khó dễ cho bạn. Trong hầu hết trường hợp, nếu bạn tôn trọng khách hàng tiềm năng khi họ đưa ra lý do lưỡng lự không muốn mua sản phẩm, bạn vẫn có thể tìm ra giải pháp có lợi cho cả hai.

Nhưng dù chuẩn bị giới thiệu sản phẩm cầu kỳ đến đâu chăng nữa, nếu không chuẩn bị đối phó, vượt qua và *vượt lên trên* lời khước từ, bạn không thể bán được sản phẩm đó. Trong phần tiếp theo, tôi sẽ giúp bạn xử lý những lời khước từ thông thường nhất và chốt hợp đồng. Nếu áp dụng Life S.A.V.E.R.S., bạn sẽ thấy mình được chuẩn bị sẵn về tâm lý và cảm xúc, và kết quả là số hợp đồng chốt thành công tăng lên đáng kể. Về cách xử lý lời khước từ, hãy bắt đầu từ việc tìm hiểu năm lời khước từ cơ bản nhất.

NĂM LỜI KHƯỚC TỪ CƠ BẢN

Hối thúc khách hàng tiềm năng quyết định mua sản phẩm của bạn sẽ chỉ khiến họ mất niềm tin vào bạn và cuối cùng, họ sẽ từ chối mua. Tương tự, nếu tiếp cận khách hàng mà không chuẩn bị trước cách đối phó với những lời khước từ của họ, bạn chỉ đang lãng phí cơ hội của mình. Điều quan trọng là xác định được thời điểm mấu chốt này, bình tĩnh tháo gỡ từng băn khoăn của khách hàng một cách chân thành và đầy quan tâm. Nếu không xử lý tốt đúng *thời điểm mấu chốt* này, bạn sẽ mất khách hàng, vì vậy hãy hít một hơi thật sâu, dừng lại, và nhớ rằng hầu như mọi lời khước từ đều liên quan đến một trong những điều sau:

1. Nhu cầu

2. Mong muốn

3. Thời điểm

4. Niềm tin

5. Tiền

1. Nhu cầu (Tôi có cần không?)

Ở mức độ cơ bản, khách hàng tiềm năng cần có nhu cầu về thứ bạn đang bán. Không phải muốn, mà là *cần*. Đó có thể là nhu cầu theo logic, có thể theo cảm xúc, cũng có thể cả hai. Nhưng dù là loại nào, khách hàng mới là người quyết định họ cần thứ bạn có.

Thông thường, chính khách hàng cũng không biết rằng họ có vấn đề cần giải quyết hay cần thứ bạn đang bán, cho đến khi bạn chỉ ra cho họ. Ví dụ, khi tôi và Hal còn bán hàng cho hãng đồ gia dụng nhà bếp Cutco, hơn 90% khách hàng tiềm năng không biết rằng họ cần bộ dao bếp mới. Phải đến khi chúng tôi tới tận nhà, để họ thử dùng dao của hãng thì họ mới biết đồ dùng hiện tại cùn và kém hiệu quả như thế nào. Họ không hề biết về nhu cầu của mình cho đến thời điểm đó. Như vậy, công việc của bạn là khiến khách hàng nhận ra nhu cầu mà chính họ cũng không biết.

Khách hàng tiềm năng thường tự hỏi về nhu cầu của bản thân như sau:

Mình có dùng đến không?

Đây có phải là sản phẩm hay dịch vụ phù hợp nhất với mình không?

Đây có phải là lựa chọn tốt nhất so với các nhà cung cấp khác? Hiệu quả không? Có giúp giải quyết vấn đề của mình không?

Mình có hối hận vì mua nó không?

Mình sẽ cảm thấy thế nào khi mua nó?

Hãy lưu ý rằng không phải lúc nào khách hàng cũng nói ra suy nghĩ của mình dưới dạng câu hỏi. Nhiệm vụ của bạn là phải đưa ra câu trả lời ngay khi giới thiệu sản phẩm, trước khi khách hàng hỏi ra. Nếu làm được điều này, khả năng khách hàng đồng ý mua sản phẩm ngay lần hỏi đầu tiên sẽ cao hơn.

2. Mong muốn (Tôi có muốn không?)

Điều thú vị là *Muốn* ảnh hưởng đến quyết định mua của khách hàng hơn là *Cần*. Dù khách hàng tiềm năng biết rằng họ cần một

sản phẩm nào đó, nếu không muốn, họ sẽ không mua nó. Nhiệm vụ của bạn là tạo ra môi trường phù hợp, đưa ra đề nghị bán hấp dẫn trong môi trường đó, và khiến khách hàng tiềm năng đứng ngồi không yên vì muốn có sản phẩm của bạn. Làm thế nào để tạo ra môi trường này?

Đầu tiên, hãy xác định những câu hỏi về *nhu cầu* ở trên. Tạo nhu cầu chính bước đầu tiên để khiến khách hàng muốn sản phẩm của bạn.

Bước thứ hai, hãy xuất hiện với sự chân thành, nhiệt tình và khiến khách hàng thấy rằng bạn tin tưởng hoàn toàn vào giá trị cũng như hiệu quả của sản phẩm. Sự nhiệt tình có sức lan tỏa rất lớn. Có sự khác biệt rất lớn giữa nhiệt tình chân thành và giả tạo. Hãy luôn chân thành và chân thật. Hãy cứ là chính mình, tất nhiên trong phiên bản nhiệt tình.

Bước thứ ba, truyền sự nhiệt tình *sang khách hàng*. Để làm được điều này, tôi thường hỏi về những thứ mới mẻ và thú vị trong cuộc sống hay công việc của họ. Nói về điều bản thân yêu thích hay hứng thú là cách đơn giản nhất để đặt chúng ta trong trạng thái hưng phấn. Và, nếu bạn giới thiệu sản phẩm khi khách hàng đang trong trạng thái hưng phấn, họ tự động thấy hứng thú với sản phẩm của bạn, đơn giản vì đấy là cảm xúc hiện thời của họ.

Bước thứ tư, tìm ra điều khách hàng tiềm năng mong muốn. Cụ thể là tìm ra điều họ muốn mà sản phẩm của bạn có thể đáp ứng. Bạn cần thực hiện việc này trong lúc giới thiệu sản phẩm, bằng những câu hỏi tìm hiểu về nhu cầu và thông tin về khách hàng. Khi biết họ muốn gì, bạn chỉ việc nhắc lại điều đó, ví dụ "Thưa ngài Eskimo, ngài nói rằng muốn có thêm băng trong lều của mình, nên một chiếc máy đóng băng trọn đời chắc chắn là thứ ngài đang tìm."

3. Thời điểm (Tôi cần bây giờ không?)

Gần đây tôi mua một chiếc ô tô mới, và tôi đặc biệt thích chiếc xe này. Tôi cần một chiếc xe từ lâu rồi, nhưng tôi phải chọn thời điểm đặc biệt mới mua, chẳng hạn như khi tất cả vì sao trên trời thẳng hàng với nhau. Trước khi điều đó xảy ra, thì thời cơ chưa chín muồi.

Tuy nhiên, có cách để điều chỉnh thời cơ, ví dụ như tạo ra cảm giác hối thúc do giảm giá có giới hạn về thời gian hay số lượng, hay những lợi ích hấp dẫn khác khi mua trong khung giờ nhất

định. Trong nhiều trường hợp, mua ngay bây giờ thay vì sau này có thể giúp khách hàng tiềm năng đạt được lợi ích về kinh tế. Ví dụ, về lâu dài nếu sản phẩm của bạn giúp khách hàng tiết kiệm tiền, vậy thì họ mua càng sớm sẽ càng có lợi. Khách hàng tiềm năng có vấn đề về tài chính có thể sẽ mua ngay bây giờ mà không nhận ra điều đó.

Lời khước từ "Bây giờ tôi chưa cần" có thể cho thấy khách hàng tiềm năng này chưa nhận ra lợi ích do sản phẩm hay dịch vụ của bạn mang lại. Ví dụ, nhiều người cho rằng họ không cần được tư vấn về kinh doanh, vì đã quá bận rộn và áp lực với công việc rồi. Họ không nghĩ rằng việc này có thể giúp họ *giảm bớt áp lực* công việc và làm việc hiệu quả hơn. Đôi khi, lý do khước từ cũng chính là nguyên nhân khiến khách hàng *cần* đến dịch vụ hay sản phẩm nào đó. Khi hiểu được điều này, họ sẽ dễ tiếp nhận thay đổi hơn.

Đôi khi, khách hàng tiềm năng *định mua thật* tại thời điểm nào đó trong tương lai. Với trường hợp này, giải pháp là tạm thời rút lui và giữ liên lạc với họ. Ngay khi họ có dấu hiệu muốn mua, hay tìm hiểu thị trường, bạn cần kịp thời xuất hiện và dẫn dắt đến với sản phẩm của bạn.

Hãy ghi nhớ rằng, tuy không kiểm soát được thời điểm mua của khách hàng, nhưng bạn có thể tác động bằng cách tạo ra những lý do đầy logic và hấp dẫn, bằng cách chỉ ra lợi ích của việc mua ngay lập tức, trong lúc *giới thiệu sản phẩm*. Đừng đợi đến khi họ khước từ.

4. Niềm tin (Tôi có tin bạn không?)

Niềm tin ở đây nghĩa là khách hàng tiềm năng có tin rằng bạn làm được những gì bạn nói, hay sản phẩm và dịch vụ của bạn có thật sự mang đến thứ họ cần hay không. Nếu có được sự tin tưởng này, cơ hội bán hàng thành công của bạn sẽ cao hơn.

Hãy nghĩ về ví dụ này: Khi bạn tin ai đó, và thấy mối quan hệ đủ thân thiết, bạn sẽ dễ dàng chia sẻ những suy nghĩ thật hơn. Khách hàng tiềm năng cũng vậy, khi mối quan hệ và niềm tin đạt đến mức độ nhất định, họ sẽ để bạn tiếp cận thông tin bình thường mà không nói ra, vì tin rằng bạn có thể giúp họ.

Thương vụ càng có độ rủi ro cao, như chứa rủi ro về cam kết, chi phí, thời gian, công sức hay danh tiếng, càng cần nhiều sự tin tưởng. Bạn phải *xây dựng được mối quan hệ đủ thân thiết thì mới có được lòng tin của khách hàng*, tất nhiên theo cách truyền thống.

Bạn phải chứng minh mình xứng đáng. Người bán hàng đáng tin cậy là người mang đến điều có lợi nhất cho khách hàng, chấp nhận thiệt về mình, sẵn sàng không bán sản phẩm nếu đấy là điều tốt cho khách. Đó là người tuyệt đối chính trực, luôn vì điều đúng đắn, thậm chí khi việc đó không dễ dàng chút nào.

Bạn đáng tin cậy đến mức nào? Bạn *luôn* vì quyền lợi cao nhất của khách hàng kể cả khi chịu thiệt về tiền hoa hồng cho bản thân chứ?

Để thành người bán hàng đáng tin cậy, bạn nên nhắc nhở bản thân những điều sau:

- Tôi cam kết là một người bán hàng đáng tin cậy và luôn vì quyền lợi của khách hàng, xây dựng hình ảnh hoàn hảo trong mắt khách hàng, vì mục tiêu của tôi là uy tín và sự thành công lâu dài, bền vững (và điều này quan trọng hơn những đơn hàng nhỏ lẻ).
- Để thành công trong sự nghiệp kinh doanh, tôi cần bắt đầu từ dịch vụ, luôn mang đến cho khách hàng nhiều hơn những gì tôi nhận được.
- Tôi luôn hành động vì lợi ích cao nhất của khách hàng, kể cả khi phải chịu thiệt trước mắt về tiền hoa hồng.

Nếu bạn thấy thật khó chấp nhận những lời cam kết ở trên, điều đó hoàn toàn bình thường. Hầu hết người bán hàng không làm theo cách này, và đều đặt quyền lợi của bản thân lên trên hết. Hãy ghi nhớ rằng, cam kết với chính bản thân là một trong những cách hiệu quả nhất để định hướng suy nghĩ, niềm tin, quy tắc và hành vi của mình, vì một thành công bền vững trong tương lai. Nếu bạn thấy cách suy nghĩ này thật xa lạ, không thực tế, hoặc đã từng thử nghĩ như vậy mà không được, đừng từ bỏ, giờ là lúc tự đưa BẢN THÂN lên một mức cao hơn, và đẩy DOANH SỐ của mình lên một nấc thang mới.

5. Tiền (Tôi đủ tiền không?)

Tiền là loại khước từ được nhắc đến sau cùng vì một lý do có vẻ khó tin: Ít quan trọng nhất trong năm loại. Sự thật là vậy. Thử nghĩ xem, nếu ai có cần thứ gì bạn có sẵn, cần ngay bây giờ, và tin tưởng bạn? *Hầu như chắc chắn* họ sẽ mở hầu bao. Tiền chỉ là một yếu tố cần cân nhắc, không phải lý do khước từ. Nhưng đây lại là một trong những lý do người bán hàng nghe nhiều nhất. Lý do này thỉnh thoảng đúng, thỉnh thoảng chỉ là cái cớ, và công việc

của bạn là nhận định điều này. Hãy chú ý nghe điều khách hàng tiềm năng thật sự hỏi là "Mình có đủ tiền không nhỉ" hay là "Mình có *muốn* mua không?"

Có thể khách hàng tiềm năng của bạn thật sự eo hẹp tài chính, và không đủ ngân sách cho sản phẩm của bạn (nếu làm theo các bước trong Chương 8, và chuyển từ *cố gắng bán cho bất cứ ai sang tập trung vào thu hút khách hàng bậc 10*, bạn sẽ ít gặp phải tình huống này). Hoặc họ chỉ muốn viện cớ để mặc cả. Bạn cần rất khéo léo đặt và đưa ra câu hỏi để biết tình hình tài chính thực tế của khách hàng tiềm năng.

Với những khách hàng thật sự eo hẹp tài chính, bạn cần chỉ ra cho họ *tất cả* khía cạnh của vấn đề. Khách hàng có thể chưa nhận ra sản phẩm hay dịch vụ của bạn chính là giải pháp tài chính cho họ, đó là khoản chi phí ban đầu, nhưng tiết kiệm về lâu dài. Ví dụ, chiếc máy tính tôi đang dùng có tiếng là đắt hơn so với các thương hiệu khác, nhưng bền hơn, thiết kế đẹp hơn, ít treo máy hơn, và chi phí bảo dưỡng thấp hơn. Khoản đầu tư ban đầu giúp tiết kiệm cả thời gian lẫn tiền bạc về lâu dài.

BĂN KHOĂN VÀ KHƯỚC TỪ

Có hai cách xử lý lời khước từ: *sau khi* khách hàng tiềm năng nói ra, hoặc *trước khi* họ kịp mở lời.

Trong hai lựa chọn ở trên, cách thứ hai là điều bạn nên làm. Hãy dự đoán, xác định và trả lời mọi câu hỏi và băn khoăn thông thường trước khi khách hàng tiềm năng nói ra.

Hai thuật ngữ "khước từ" và "băn khoăn" có nhiều điểm tương đồng, nhưng chúng vẫn có những khác biệt cơ bản:

Băn khoăn: suy nghĩ hay câu hỏi *hầu như* khách hàng tiềm năng nào cũng có. Bạn có thể xác định được và trả lời trước khi họ nói ra, nhằm khiến họ *cảm thấy* an tâm và đi đến *quyết định* mua luôn.

Khước từ: lý do khách hàng *đã xác định* được để quyết định *không* mua sản phẩm của bạn ngay.

Lời khước từ giống như một bức tường đã hình thành trong tâm trí khách hàng, công việc của bạn là phá bỏ bức tường đó. Nếu chuẩn bị kỹ càng từ trước, bạn có thể vượt qua khó khăn này. Điều băn khoăn lại giống như chướng ngại vật, nếu dự đoán được đó là vật cản đường nào, bạn có thể nhẹ nhàng vượt qua. Các mối khăn

khoăn cần được dự đoán và xử lý trước khi trở thành lời khước từ của khách hàng.

CHUẨN BỊ TRƯỚC ĐỂ XỬ LÝ BĂN KHOĂN CỦA KHÁCH HÀNG

Hãy dùng tư duy thông thường, kinh nghiệm bản thân và đồng nghiệp để liệt kê những băn khoăn thường gặp của khách hàng. Để bắt đầu, hãy tham khảo nội dung *Năm lời khước từ phổ biến*. Dù *Nhu cầu, Mong muốn, Thời điểm, Niềm tin* và *Tiền* là những mối quan tâm chung, nhưng mỗi sản phẩm hay dịch vụ có đặc điểm riêng, kéo theo những băn khoăn và lý do khước từ đặc trưng. Ví dụ, khi tôi còn làm việc cho hãng đồ nhà bếp Cutco, những khước từ thường nghe được là "tôi sợ dao sắc" hay "tôi không cần *cả bộ* dao làm gì cả, một cái là đủ rồi". Tùy sản phẩm và dịch vụ, bạn sẽ nghe thấy những băn khoăn đặc trưng, nhưng có thể dự đoán được và tìm cách xử lý.

Hãy tạm dừng trong vài phút, liệt kê hết các băn khoăn và khước từ thường nghe thấy, tìm giải pháp từ bây giờ để xử lý luôn trong lúc giới thiệu sản phẩm. Hãy dành thời gian viết ra từng lời khước từ phổ biến và chuẩn bị cách đối đáp hợp tình hợp lý cho từng ý.

Lưu ý: *Cần ghi nhớ rằng khi lên kế hoạch sẽ nêu ra và xử lý băn khoăn phổ biến trong lúc giới thiệu sản phẩm như thế nào, bạn cũng đang chuẩn bị cách đối đáp với khách hàng. Việc bạn nêu ra và giải đáp băn khoăn trước khi khách hàng nói ra, không có nghĩa họ không còn những băn khoăn đó nữa. Nhưng vì bạn đã xử lý rồi, nên chỉ cần nhắc họ về những gì bạn từng nói. Cách này hiệu quả hơn nhiều so với đợi khách hàng tiềm năng nói ra điều khiến họ lưỡng lự.*

Tôi phải nhắc lại rằng, chuẩn bị cẩn thận chính là chìa khóa thành công. Luyện tập từ trước giúp bạn thoát khỏi cảnh loay hoay tìm giải pháp trong thời điểm then chốt, vì đã có sẵn câu trả lời từ trước khi tình huống đó xảy ra.

DÙNG CÂU HỎI LÀM RÕ VẤN ĐỀ

Khách hàng tiềm năng có câu hỏi, và *bạn* cũng vậy. Thực tế, câu hỏi chính là một trong những công cụ hiệu quả nhất để xử lý lời khước từ. Có hai cách sử dụng câu hỏi trong quá trình chốt hợp đồng.

a) Nhận diện lời khước từ

Đầu tiên, bạn có thể dùng câu hỏi để khéo léo dẫn dắt khách hàng tiết lộ lý do có thể khiến họ khước từ. Bạn xác định được lý do

khước từ thật sự thông qua các cuộc trao đổi với khách hàng càng sớm càng tốt, và cần dành thời gian luyện tập kỹ năng này. Nhờ đó, bạn có thể nhanh chóng hiểu, nhận diện, thảo luận, vượt qua những thoái thác của khách hàng, và chốt được hợp đồng sớm.

Bạn có thể đặt câu hỏi với khách hàng ngay cả khi chưa chắc chắn bán được, ví dụ:

- "Anh/chị thấy sao?"
- "Anh/chị có đồng ý với tôi như vậy không?"
- "Anh/chị thấy hợp lý không?"
- "Như vậy có hợp ý anh/chị không?"
- "Như thế có giúp ích cho anh/chị không?"

Khi còn kinh doanh bất động sản, tôi thường hỏi khách hàng "Anh/chị thấy sao?", "Trông ngôi nhà này có ổn không?", "Có đúng với mong đợi của anh/chị không?" Mỗi khi hỏi, tôi luôn chú ý câu trả lời, bao gồm ngữ điệu, ngôn từ, những chỗ ngập ngừng, khi khách tỏ ra hào hứng, và quan sát ngôn ngữ cơ thể cũng như biểu cảm trên khuôn mặt.

b) Vượt qua lời khước từ

Tiếp theo, bạn cần dùng câu hỏi để thu hút sự chú ý của khách hàng theo nhiều mức độ, và khiến họ nghĩ sâu hơn về lý do khước từ của mình. Bạn nên dùng các câu hỏi để làm rõ như sau:

- "Sản phẩm/dịch vụ hoàn hảo theo ý của anh/chị là như thế nào?"
- "Có điều gì cản trở khiến anh/chị không muốn mua bây giờ không?"
- "Anh/chị cần thêm thông tin gì để đưa ra quyết định?"
- Hãy dành thời gian liệt kê những câu hỏi làm rõ của riêng mình. Cũng như khâu giới thiệu sản phẩm và xử lý lời khước từ, hãy cố gắng học thuộc những câu hỏi đó, cho đến khi bạn có thể sử dụng nhuần nhuyễn thành thói quen. Nếu được dùng khéo léo, câu hỏi có thể khiến khách hàng tiềm năng mua sản phẩm của bạn.

Lưu ý: *Nếu câu hỏi xuất phát từ sự quan tâm chân thành, khách hàng sẽ sẵn sàng trả lời. Nếu bạn cho khách hàng cảm giác quan tâm đến quyền lợi người mua, và không hối thúc nhằm bán được hàng, họ sẽ bớt đề phòng và chia sẻ suy nghĩ thật sự. Cách duy nhất để làm*

được điều này là chân thành tìm kiếm giải pháp có lợi cho đôi bên. Nếu không thể tìm được giải pháp như vậy, hãy thẳng thắn cho khách hàng biết điều gì có lợi nhất cho họ, vì chính lợi ích lâu dài của bạn. Ví dụ, khách có thể giới thiệu một số mối bán hàng mới, vì họ tin sự chân thành và thẳng thắn của bạn.

VÀ, ĐÃ ĐẾN LÚC CHỐT HỢP ĐỒNG

Đến một thời điểm, khi bạn đã nghe xong mọi lời khước từ, hoặc khách hàng sẽ chủ động quyết định mua, hoặc bạn phải gợi ý để họ đưa ra quyết định. Đây là lúc khách hàng phải quyết định, hoặc mua bây giờ, hoặc để sau, hoặc phải chọn một giải pháp hoàn toàn khác.

Tại thời điểm này, cách chốt thương vụ đóng vai trò vô cùng quan trọng. Bạn đã đi qua hàng loạt giai đoạn, từ đánh giá khách hàng tiềm năng, chọn đúng nhóm đối tượng, giới thiệu sản phẩm, xây dựng mối quan hệ đáng tin cậy với khách hàng, đến giải quyết những băn khoăn và lời khước từ của họ. Nếu biết rằng thực tế đến 80% những người bạn tiếp cận sẽ không mua gì cả (dựa trên một số thống kê), bạn sẽ thoải mái hơn với giai đoạn chốt hợp đồng vì biết rằng mình đã làm mọi việc trong khả năng, và sẽ giúp khách hàng đưa ra quyết định có lợi nhất cho họ một cách chính trực.

Dù một số chuyên gia bán hàng ưa thích dùng mẹo để chốt hợp đồng, tôi không muốn nhắc tới những mẹo đó, vì đó không phải là triết lý bán hàng xuyên suốt cuốn *Buổi sáng diệu kỳ của người bán hàng.* Nếu bạn đã làm tốt mọi việc cho đến thời điểm này, việc chốt hợp đồng thành công sẽ không cần đến những mẹo hay kỹ thuật bán hàng như thế.

Tôi sẽ giới thiệu bốn phương pháp chốt hợp đồng, còn việc chọn cách nào là tùy ở bạn. Hoặc bạn có thể thử cả bốn cách, rồi chọn ra phương pháp phù hợp nhất. Khi sắp kết thúc giới thiệu sản phẩm, trước khi chuyển sang bước chốt hợp đồng, hãy hỏi khách hàng tiềm năng "Anh/chị còn câu hỏi hay băn khoăn nào không?"

Nếu câu trả lời là "Không", bạn có thể nương theo đó để chuyển sang giai đoạn chốt hợp đồng với một trong bốn cách sẽ được nêu dưới đây. Nếu họ còn hỏi, nghĩa là họ vẫn quan tâm, và hãy tiếp tục trả lời những câu hỏi tiếp theo.

Phương pháp 1: Cách dễ chịu

Cách đầu tiên cũng là cách đơn giản nhất. Bạn có thể hỏi khách

hàng những câu hỏi tương tự như "Vậy, anh/chị nghĩ sao?"

Đây là kỹ thuật chốt hợp đồng dễ chịu vì không đặt khách hàng trong tình huống bắt buộc phải chọn giữa có hoặc không. Nếu họ vẫn còn băn khoăn chưa được giải đáp (vì chưa chia sẻ hết), và bạn lại hỏi họ có *muốn mua hay không*, hầu như chắc chắn bạn đang hướng họ đến câu trả lời "Không".

Thay vào đó, hãy chuẩn bị một màn giới thiệu sản phẩm tuyệt vời, và sau đó hỏi "Vậy, anh/chị nghĩ sao?" để khiến khách hàng thoải mái và có cơ hội nói ra điều họ nghĩ. Nếu đã sẵn sàng mua, họ sẽ trả lời như vậy, theo một vài phiên bản tương tự như "Tôi thấy như vậy tuyệt rồi. Anh/chị có nhận thanh toán bằng thẻ Visa không?"

Mặt khác, nếu khách hàng vẫn còn vướng mắc, bằng cách này, bạn tạo cho họ cơ hội nói ra băn khoăn của mình để tìm cách giải quyết. Hãy giải đáp từng vướng mắc một, và sau đấy dùng câu hỏi chốt hợp đồng thứ hai "Anh/chị thấy như vậy thì sao?" Bạn sẽ nhận được câu trả lời "Nghe có vẻ ổn. Tôi sẽ mua!" hoặc khách hàng lại tiếp tục nói ra băn khoăn. Hãy cứ tiếp tục câu chuyện như vậy cho đến khi mọi băn khoăn được giải quyết.

Lưu ý: *Cần giữ giọng nói thật tự tin khi hỏi khách hàng "Vậy, anh chị nghĩ sao?". Hãy lên giọng ở cuối câu, và nói với vẻ đang mong đợi một kết quả tích cực. Thật ra, hãy làm như vậy với cả bốn cách chốt hợp đồng.*

Phương pháp 2: Dùng thử

Cách thứ hai để hỏi khách hàng về quyết định của họ là dùng câu hỏi "Sao anh/chị không dùng thử xem?"

Con người có thói quen gặp câu hỏi thì trả lời, nên nếu bạn hỏi như vậy, khách hàng tự động nghĩ *Tại sao mình lại KHÔNG THỬ nhỉ?*

Bạn cũng có thể hỏi "Sao anh chị không thử dịch vụ/sản phẩm của chúng tôi xem?" hoặc thậm chí "Anh/chị đã sẵn sàng dùng thử chưa" hay "Đây là thời điểm tốt để anh/chị mua rồi, anh chị có nghĩ thế không?". Và kèm thêm câu "Tôi sẽ làm mọi thủ tục cho anh/chị". Thông thường, khách hàng cũng chẳng biết họ muốn mua đến mức nào cho đến khi bạn nhắc đến các thủ tục mua bán.

Phương pháp 3: Mặc định

Cách thứ ba là cứ tiếp tục như thể khách hàng đã *đồng ý* mua. Bạn có thể bắt đầu bằng câu "Tiếp theo như thế này", và liệt kê những việc cần làm tiếp sau (ví dụ: Tôi sẽ gửi/đưa hợp đồng cho anh/chị) và chốt hợp đồng như thể khách hàng đã nói "Tôi sẽ mua". Đây là cách yêu thích của tôi. Tôi cho rằng đây là cách đơn giản và dễ chịu nhất cho khách hàng vì hầu như đã quyết định thay cho họ rồi. Nhìn chung, mọi người đều gặp khó khăn ở giây phút quyết định. Thực ra, tôi đã cùng khách thống nhất những việc liên quan đến mua bán trong suốt quá trình nói chuyện rồi, nên có thể đoán rằng họ cũng muốn tiếp tục, nếu không đã chẳng ngồi với tôi đến tận lúc này. Nếu có thắc mắc, họ sẽ hỏi, và tôi sẵn lòng giải đáp để họ thấy thoải mái và tiếp tục, nhưng thật ra trong hầu hết trường hợp, khách sẽ quyết định mua nếu đã đi đến bước này.

Bạn sẽ tự cảm nhận được cách này có phù hợp không khi đến thời điểm. Đây là một trong những phương pháp phổ biến nhất để chốt hợp đồng của những người bán hàng thành công nhất. Hãy nhớ là luôn kèm theo câu "Tôi sẽ lo hết mọi thủ tục".

Phương pháp 4: Ủy quyền

Cách cuối cùng tôi muốn giới thiệu đến bạn là hỏi để có được sự ủy quyền của khách hàng. Cuối buổi nói chuyện, hãy đưa đơn đặt hàng hoặc hợp đồng cho khách và nói "Nếu anh/chị ký vào đây để ủy quyền, chúng ta sẽ bắt đầu các thủ tục". Khách hàng đã sẵn sàng mua sẽ ký, và hầu như chắc chắn *kèm theo một nụ cười*. Nếu chưa sẵn sàng, họ sẽ đưa ra thêm nhiều lời khước từ, và bạn lại có thêm câu hỏi cần trả lời.

Đây là một số viễn cảnh có thể xảy ra: Khách hàng hoàn toàn dừng lại. Có thể họ đang kiểm tra lại mọi dữ kiện, cũng có thể đang cân nhắc về cách thanh toán, tình hình tài chính, hoặc tính xem làm thế nào để vay được đủ tiền. Trong trường hợp này, bạn nên hỏi xem họ cần chút thời gian để cân nhắc hay không. Hãy cho khách hàng thời gian và không gian cần thiết.

HỎI VỀ ĐƠN HÀNG

Nếu không hỏi, sẽ không có. Bạn không bán được sản phẩm, khách không có được thứ muốn mua, không ai được gì cả. Đó là lý do vì sao những người bán hàng thành công luôn biết cách *hỏi về đơn hàng*.

Tôi hoàn toàn hiểu khi bạn lưỡng lự hỏi câu này. Đặc biệt trong giai đoạn đầu, việc này có thể khiến bạn không thoải mái. Điều

này hoàn toàn bình thường. Bạn cần thời gian luyện tập để trở nên thoải mái khi hỏi câu này, cũng giống như luyện thể hình vậy. Lần đầu huấn luyện viên đưa cho bạn quả tạ tay 15kg, có lẽ bạn cũng nghĩ anh ta điên mất rồi mới đưa ra yêu cầu như vậy. Nhưng lâu dần, bạn sẽ nhận ra đó chỉ là bài khởi động. Càng hỏi nhiều, bạn càng quen với nó. Luyện tập không chỉ giúp bạn làm đúng, nó còn giúp tiến bộ nữa.

Nếu bạn băn khoăn không biết hỏi vào thời điểm nào, hãy nghĩ thế này: Bạn có muốn biết họ nghĩ thế nào không? Cách tốt nhất là hỏi. Nếu họ nói "Không, nhân tiện, anh xấu tệ" thì bạn biết kết cục rồi đấy. Thật ra, bạn chỉ đang thu thập thông tin để biết cách nào tốt nhất cho cả mình và khách hàng. Hãy nhìn nhận vấn đề theo hướng này: nếu hỏi và nhận được câu trả lời chắc nịch "không" (hoặc "không phải bây giờ"), ít nhất bạn biết rằng không nên tốn thời gian nữa, đã đến lúc chuyển sang khách hàng tiềm năng khác.

Nếu bạn làm đúng mọi bước và đang ngồi với khách hàng tiềm năng cấp độ 10, nghĩa vụ của bạn là phục vụ họ. Nếu họ chưa đứng dậy, vẫn tiếp chuyện bạn, điều đó có nghĩa họ vẫn quan tâm. Hãy hỏi về đơn hàng!

Xin chúc mừng! Nếu bạn chưa phải là nhân viên kinh doanh hàng đầu trong văn phòng, lĩnh vực, hay công ty của mình, bạn hoàn toàn có thể! Không gì có thể ngăn cản điều đó! Thật ra, ngoại trừ chính bạn, *phiên bản cũ của bạn*. Nhưng nếu luyện tập và nhắc nhở bản thân hằng ngày, suy nghĩ cũng như niềm tin của bạn sẽ thay đổi, và bạn sẽ trở thành bạn, phiên bản *mới và tiến bộ hơn*.

CÁC BƯỚC ĐỂ TĂNG DOANH SỐ

Bước 1: Viết vào sổ tay 10 lời khước từ mà bạn thường nghe thấy nhất từ trước đến nay, hoặc những lời có thể gặp trong tương lai. Tìm thời điểm thích hợp trong bài giới thiệu sản phẩm để chèn vào những *băn khoăn* này. Hãy nhớ, thời điểm tốt nhất để xử lý chúng là trước khi khách hàng nói ra. Lên kịch bản những gì bạn sẽ nói khi giới thiệu sản phẩm, dành thời gian học thuộc và luyện tập trước để thành thạo kỹ năng xử lý những băn khoăn và lời khước từ của khách hàng.

Bước 2: Quyết định xem trong bốn cách chốt hợp đồng, bạn sẽ thử kiểu nào trước, và hãy luyện tập.

Bước 3: Bước mỗi buổi gặp khách hàng, hãy dành vài phút để nghĩ

về cách chốt hợp đồng với khách hàng đó. Hãy tưởng tượng rằng bạn sẽ có một màn giới thiệu sản phẩm hoàn hảo, và một cuộc nói chuyện suôn sẻ để chốt hợp đồng. Hãy nghĩ rằng khách hàng sẽ khước từ, nhưng bạn sẽ xử lý một cách dễ dàng. Lưu ý cách bạn trả lời khách, rồi mặc định bán được sản phẩm, và chốt hợp đồng.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— MITCHELL ACKERMAN

Giám đốc Bán hàng toàn quốc của Canon Business Process Services, Inc.

Trước khi trở thành một trong những người bán hàng thành công nhất, Mitchell từng làm việc trong nhiều lĩnh vực như nhà hàng, bất động sản, và cuối cùng là dịch vụ thương mại điện tử giữa các doanh nghiệp (B2B).

Dù trải qua nhiều thay đổi và biến động, Mitchell luôn đạt được thành công lâu dài trong sự nghiệp, xuyên suốt những thời kỳ có nhiều thay đổi về quản lý và sở hữu của doanh nghiệp cũng như vòng đời sản phẩm. Quan trọng hơn, anh đạt được thành tựu trong công việc mà vẫn cân bằng được gia đình, bạn bè và việc cá nhân.

“Tôi đạt được khá nhiều thành công ngay từ đầu. Trong năm đầu tiên, tôi là nhân viên triển vọng của năm, rồi sáu năm tiếp theo, trở thành một trong những nhân viên xuất sắc nhất ở lĩnh vực của mình. Thành công có vẻ đến nhanh chóng, nhưng thực tế đấy là một quá trình học tập, bao gồm học hỏi về kỹ năng bán hàng nội bộ và bên ngoài, đàm phán với các tổ chức mua bán vật tư, và làm thế nào để thay đổi cùng thị trường và công nghệ đầy biến động. Học để biết cái gì không nên bán, và bảo vệ quan điểm của mình. Nếu muốn luôn là người dẫn đầu, bạn cần không ngừng học tập.”

Mitchell sẽ chia sẻ một số kinh nghiệm thú vị về cách chốt hợp đồng, vì anh không mấy khi phải làm việc này sau khi giới thiệu sản phẩm. “Thực ra, tôi ít khi phải hối thúc chốt hợp đồng vì thường thì khách hàng sẽ chủ động hỏi tôi việc đấy. Nhưng khi

phải làm, tôi thường đưa ra khung thời gian để khách hàng quyết định, hoặc cho thấy sự khan hiếm nguồn hàng ngoài khung thời gian đó. Với những thương vụ tôi theo đuổi, tôi thường biết trường hợp nào có thể thành công sau đưa ra báo giá."

Vậy làm thế nào để tránh khoảng ngừng khó khăn khi chốt hợp đồng: "Lắng nghe sẽ giải quyết được nhiều vấn đề, và giúp bạn bán được nhiều hơn so với nói nhiều. Điểm mấu chốt trong bán hàng là phải tìm hiểu được khách hàng thật sự muốn mua gì, hoặc làm gì, và bán đúng thứ họ cần. Người bán hàng có vai trò tìm ra sở thích của khách, và điều chỉnh sản phẩm hay dịch vụ của mình theo những sở thích đó."

Câu chuyện về buổi sáng diệu kỳ thành công

— JOHN ISRAEL

Đại điện bán hàng được vinh danh của hãng đồ dùng nhà bếp Cutco

Sau khi gặp Hal Elrod tại một hội nghị bán hàng, John quyết định đọc cuốn *Buổi sáng diệu kỳ.* Ban đầu anh không tin vào điều mình đọc được, vì cũng như nhiều người trong chúng ta, anh ấy không ưa dậy sớm.

John từng trải qua nhiều lần thất bại ở phút chót vì thường xuyên thiếu nhất quán. Anh cho biết: "Trước khi đọc cuốn *Buổi sáng diệu kỳ*, tôi thường xuyên làm việc không nhất quán. Tôi lên dây cót tinh thần, đâm đầu vào làm việc, tiêu hao hết năng lượng, quá nuông chiều bản thân, nghỉ ngơi, rồi lại lên tinh thần, quay lại công việc.

Nhờ cuốn *Buổi sáng diệu kỳ*, giờ tôi biết mình cần làm gì để duy trì năng lượng và chất lượng công việc ở mức cao nhất. Tôi nhận ra rằng, làm việc có lịch trình và nhất quán thì kết quả công việc cũng nhất quán, chứ không phải lặp đi lặp lại như trước đây.

Ba thay đổi lớn nhất trong cuộc sống và công việc của tôi gồm: dậy sớm, đọc và viết. Dậy sớm là cách duy nhất giúp tôi có thời gian cho những việc quan trọng. Khoảng giờ vàng là từ 6 đến 8 giờ sáng."

Tôi đọc từ 5-20 trang sách mỗi ngày. Tôi nhận ra rằng, đọc sách giúp thay đổi lối suy nghĩ cố hữu và gợi ý cách giải quyết những khó khăn mình đang gặp phải. Có quá nhiều thứ cần học hỏi, không thể thứ gì cũng bình bình được. Viết lách giúp tôi chuyển tải suy nghĩ ra chữ viết để chia sẻ với mọi người trên Facebook,

hoặc lưu lại cho cuốn sách tôi đang viết. Viết kích thích sự sáng tạo để giúp tôi sẵn sàng cho một ngày mới, và tạo cơ hội tự khám phá suy nghĩ, niềm tin của mình để giúp tôi đưa ra những quyết định chắc chắn và tạo sự tự tin. Buổi sáng thật diệu kỳ!"

Chương 10
Đẳng thức diệu kỳ

"Những điều kỳ diệu và quý giá sẽ đến với người sẵn sàng cố gắng."

— ISAAC BASHEVIS, Ca sĩ, đoạt giải Nobel Văn học năm 1978

Bạn có thể cho rằng tôi đã để dành điều tốt đẹp nhất này đến phút cuối. Đã đến lúc tổng hợp những điều bạn học được từ đầu đến giờ thành một công thức thành công cuối cùng. Đây là công thức được TẤT CẢ người thành công hàng đầu của mọi lĩnh vực áp dụng.

Đến lúc này, bạn đã dậy sớm, biết cách duy trì mức năng lượng ở mức cao và ổn định, có thể tập trung cao độ, và áp dụng nhuần nhuyễn kỹ năng bán hàng không phải ai cũng biết. Nhưng tôi biết rằng, bạn đọc cho đến chương này không phải chỉ để bán được hàng. Bạn muốn đột phá và tạo ra kỳ tích, đúng không? Nếu áp dụng những điều dưới đây vào sự nghiệp, bạn có thể đi xa hơn mức hiện tại nhiều lần, và sẽ gia nhập đội ngũ 1% *những người thành công nhất.*

Để tạo ra đột phá, bạn cần biết và áp dụng một chiến lược trọng yếu, được gọi là Công thức diệu kỳ.

Hal đã dùng công thức này để liên tục phá vỡ các kỷ lục bán hàng, trở thành một trong những người trẻ tuổi nhất được vinh danh tại công ty, và sau đó trở thành tác giả của nhiều cuốn sách bán chạy và diễn giả nổi tiếng thế giới. Cần lưu ý rằng không chỉ Hal, mà TẤT CẢ những người thuộc nhóm 1% thành công nhất, đều dùng công thức này để tạo ra kỳ tích, trong khi 99% còn lại đang mải băn khoăn làm thế nào mà họ thành công đến vậy.

Công thức diệu kỳ ra đời trong khoảng thời gian Công ty Cutco, nơi Hal Elrod làm việc khi đó, áp dụng chiến dịch "Đẩy mạnh kinh doanh". Trong vòng 14 ngày, công ty đưa ra chương trình cạnh tranh lành mạnh giữa các nhân viên, và đơn vị kinh doanh, nhằm gia tăng doanh số kỷ lục. Chiến dịch này đặc biệt vì hai lý do. Thứ nhất, khi đó Hal đặt mục tiêu trở thành đại diện bán hàng đầu tiên trong lịch sử công ty có doanh số đứng đầu trong ba đợt chiến dịch liên tiếp. Thứ hai, anh phải đạt được mục tiêu khi chỉ làm việc 10 trong tổng số 14 ngày.

Hal biết rằng phải nỗ lực hết sức mới làm được như vậy, và những lo sợ hay nghi ngờ về khả năng của bản thân trở thành rào cản khó vượt qua hơn bao giờ hết. Thực tế, anh đã cân nhắc đến việc giảm bớt mục tiêu bán hàng. Nhưng khi đó, Hal nhớ lại lời khuyên của Dan Casetta, bậc thầy đi trước: "Mục đích của việc đề ra mục tiêu không phải là đạt được nó. Mục đích thật sự là phát triển bản thân thành người có thể đạt được mục tiêu đó, dù kết quả ra sao. Bạn trở thành người như thế nào bằng việc làm tất cả những gì có thể, dám nỗ lực đến phút cuối cùng – đó mới là điều quan trọng nhất".

Hal quyết định giữ nguyên mục tiêu, dù có khả năng không thể đạt được, vì bị hạn chế thời gian. Anh biết rằng muốn lập kỷ lục về doanh số trong vỏn vẹn 10 ngày, bản thân cần hết sức tập trung, trung thành với quyết định của mình, và bám sát mục tiêu. Đây là một kế hoạch tham vọng, và như các bạn cũng biết, là kế hoạch giúp Hal nhận ra khả năng thật sự của bản thân.

HAI QUYẾT ĐỊNH

Đi kèm với bất kỳ thử thách lớn nào cũng là những quyết định quan trọng tương ứng. Hal phân tích ngược chiến dịch "Đẩy mạnh kinh doanh" bằng cách tự đặt câu hỏi: "Nếu muốn phá kỷ lục chỉ trong 10 ngày, trước hết tôi cần đưa ra quyết định gì và sẽ phải cam kết thực hiện theo quyết định đó?"

Hal xác định được hai quyết định ảnh hưởng nhiều nhất. Nhưng phải sau này anh mới nhận ra rằng *những người thành công nhất, tại một thời điểm nào đó trong sự nghiệp, cũng quyết định tương tự.* Đây là hai thành phần cơ bản của Công thức diệu kỳ.

QUYẾT ĐỊNH THỨ NHẤT: NIỀM TIN TUYỆT ĐỐI

Khi phải đối mặt với nỗi lo sợ và nghi ngờ về khả năng của bản thân, Hal nhận ra rằng để đạt được mục tiêu gần như không

tưởng, anh cần duy trì niềm tin tuyệt đối, dù kết quả thế nào chăng nữa. Anh biết rằng sẽ có thời điểm không tin tưởng vào bản thân, cũng có lúc chệch hướng khỏi mục tiêu, nhưng đây chính là lúc cần niềm tin tuyệt đối để vượt qua tất cả. Để duy trì được niềm tin như vậy trong cả những lúc khó khăn nhất, Hal tự nhắc nhở bản thân bằng câu "Thần chú Diệu kỳ":

Tôi sẽ... (chốt được hợp đồng tiếp theo..., liên lạc 20 khách hàng tiềm năng, đạt mục tiêu), dù thế nào cũng phải hoàn thành, vì không còn lựa chọn nào khác.

Cần hiểu rằng duy trì niềm tin tuyệt đối không phải *việc đơn giản*. Hầu hết mọi người không làm như vậy. Khi thấy kết quả không khả quan, người bình thường sẽ từ bỏ niềm tin rằng họ có thể làm được. Khi cuộc chơi đi dần vào hồi kết, điểm số của đội đang thấp hơn, chỉ còn vài giây là hết giờ, thì chỉ có nhân vật kiệt xuất, như Michael Jordan chẳng hạn, mới không chút lưỡng lự nói với đồng đội: *chuyền bóng cho tôi.*

Cả đội trút được gánh nặng tâm lý, vì nỗi lo sợ rằng cú ném quyết định không thành công cuối cùng cũng được giải tỏa. Trong khi đó, tại thời điểm mấu chốt, Michael Jordan đã quyết định rằng anh phải duy trì niềm tin tuyệt đối, dù có thể không thành công. (Thực tế, Michael Jordan đã không thành công trong 26 cú ném quyết định trong sự nghiệp cầu thủ của mình, nhưng anh vẫn duy trì niềm tin tuyệt đối trong mỗi lần ném bóng.)

Đó là quyết định đầu tiên của những người thành công, và bạn cũng phải lựa chọn quyết định như vậy. Khi đang theo đuổi mục tiêu và mọi việc không như kỳ vọng, bạn từ bỏ điều gì? Bạn từ bỏ *niềm tin rằng bạn có thể đạt được điều mình muốn*. Bạn tự nói với bản thân *rằng mình đang đi sai hướng, chắc là mình không đạt được mục tiêu rồi*. Và mỗi giây phút trôi qua, niềm tin của bạn lại phai nhạt một chút.

Nhưng mọi việc có thể khác đi. Bạn có khả năng, và quyền lựa chọn để duy trì niềm tin tuyệt đối, dù kết quả ra sao. Có những lúc bạn sẽ nghi ngờ bản thân, hoặc đôi khi mọi việc không như ý, nhưng phải luôn nhắc nhở chính mình rằng mọi việc đều có thể, hãy tiếp tục cuộc hành trình dù đó là một chiến dịch tăng doanh số trong 10 ngày hay sự nghiệp trong 30 năm.

Những vận động viên giỏi nhất luôn có niềm tin tuyệt đối vào mỗi cú nhảy của họ. Niềm tin đó, cũng như niềm tin bạn cần xây dựng cho chính mình, không dựa trên khả năng thành công hay không,

mà đến từ một nguồn gốc hoàn toàn khác. Hầu hết người bán hàng đi theo lối mòn có tên gọi *luật trung bình*. Nhưng chúng ta đang nói về luật của những điều kỳ diệu. Khi thất bại hết lần này đến lần khác, bạn cần nhắc nhở bản thân điều Michael Jordan cũng nói với chính mình "đã trượt mất ba lần, nhưng mình muốn có lần thứ tư, và chắc chắn lần này sẽ thành công".

Và, nếu vẫn không thành công, cũng *đừng để mất niềm tin*. Hãy lặp lại lời chú:

Tôi sẽ... (chốt được hợp đồng tiếp theo..., liên lạc 20 khách hàng tiềm năng, đạt mục tiêu), dù thế nào cũng phải hoàn thành, vì không còn lựa chọn nào khác.

Sau đó, lấy lại tinh thần và làm điều bạn đang tự nhắc bản thân rằng mình sẽ làm.

Kể cả vận động viên xuất sắc nhất vẫn có những trận đấu tồi tệ. Như khi 3/4 trận đấu trôi qua mà hầu như không thể ghi được đủ điểm để cứu vãn tình thế. Nhưng họ vẫn luôn muốn nhận bóng, vẫn tin tưởng vào bản thân. Và rồi đến hiệp thứ tư, khi cả đội cần đến, họ bắt đầu tỏa sáng và ghi được nhiều điểm gấp ba lần so với cả ba hiệp đầu cộng lại. Tại sao lại như vậy? Vì họ tin tưởng tuyệt đối vào tài năng, kỹ thuật và năng lực của bản thân, dù điểm số khi đó có vẻ như muốn chứng minh điều ngược lại. Và bởi vì…

Họ kết hợp niềm tin tuyệt đối với quyết định thứ hai dưới đây.

QUYẾT ĐỊNH THỨ HAI: NỖ LỰC PHI THƯỜNG

Khi bạn quyết định từ bỏ niềm tin, mọi nỗ lực cũng lần lượt biến mất. Bạn sẽ tự hỏi rằng *cố gắng làm gì khi gần như chắc chắn không thể đạt được doanh số hoặc mục tiêu đấy*? Đột nhiên bạn thấy mình băn khoăn chẳng biết bao giờ mới chốt được hợp đồng tiếp theo, nói gì đến chuyện đạt được mục tiêu to tát đó.

Tôi cũng trải qua giai đoạn như vậy nhiều lần, cảm thấy thất bại hoàn toàn, và nghĩ rằng *cố gắng để làm gì*? Đối với người bán hàng, khi nửa thời hạn đã qua, đáng lẽ doanh số phải ở mức 50.000 đô-la mà bạn mới đạt được 7.500 đô-la, suy nghĩ "không thể làm được" bắt đầu xuất hiện. Và đó là khi bạn cần nỗ lực phi thường. Bạn cần tập trung vào mục tiêu ban đầu, cần nhìn thấy viễn cảnh đã vẽ ra, cần bám chặt vào *lý do* vì sao lúc đầu bạn muốn đạt được mục tiêu đó.

Giống như Hal, bạn cần phân tích ngược mục tiêu. Hãy tự hỏi *nếu*

mình hết thời gian, mà nhất định phải đạt mục tiêu này, đáng lẽ nên làm gì? Lẽ ra mình phải làm gì?

Dù câu trả lời là gì, kết quả ra sao, bạn vẫn cần làm rất nhiều và cố gắng hết sức. Bạn phải tin rằng mình vẫn còn cơ hội. Bạn phải duy trì niềm tin tuyệt đối và nỗ lực phi thường cho đến phút cuối cùng. Đó là cách duy nhất tạo ra cơ hội cho những điều kỳ diệu.

Nếu chỉ dừng ở mức của số đông, làm theo điều cái tôi nhỏ bé mách bảo, bạn sẽ trở thành một người bán hàng trung bình, lẫn giữa bao người khác. Đừng như vậy! Hãy nhớ rằng, suy nghĩ và hành động hôm nay chính là lời tiên tri cho kết quả của ngày mai.

Tôi sẽ giới thiệu với bạn một chiến lược mà khi bạn dùng nó, bạn sẽ nhanh chóng đạt được các mục tiêu và thực hiện được mọi tham vọng của mình:

Công thức diệu kỳ

Niềm tin tuyệt đối + Nỗ lực phi thường = Những điều kỳ diệu (UF + EE = M∞)

Mọi chuyện dễ dàng hơn bạn nghĩ. Bí quyết để duy trì được niềm tin tuyệt đối là nhận thức rằng bạn cần có cách nghĩ và chiến lược đúng đắn. Thực tế là mọi việc không phải lúc nào cũng như ý. Bạn không thể lúc nào cũng chốt được hợp đồng. Các vận động viên không thể lúc nào cũng ghi điểm. Vì thế, bạn cần lập trình bản thân mình sao cho luôn có được niềm tin tuyệt đối để bạn tiếp tục theo đuổi công việc và có những nỗ lực phi thường.

Hãy nhớ rằng điều cốt lõi giúp bạn thực hiện được công thức ở trên và duy trì niềm tin ngay cả giữa lúc bạn hoài nghi bản thân là câu nói màu nhiệm này:

Tôi sẽ... (chốt được hợp đồng tiếp theo..., liên lạc 20 khách hàng tiềm năng, đạt mục tiêu), dù thế nào cũng phải hoàn thành, vì không còn lựa chọn nào khác.

Câu nói mà gần đây tôi hay áp dụng là "Dù có chuyện gì xảy ra, nhóm của tôi mỗi năm sẽ thực hiện được 50 thương vụ mà không cần tôi theo sát hàng ngày. Không có cách nào khác".

Tôi quản lý một văn phòng môi giới bất động sản, vì thế, hai việc chính mà tôi thực hiện là tư vấn và đào tạo nhân viên, cũng như liên tục tuyển dụng những nhà môi giới tài năng cho văn phòng. Tôi cũng đã tiếp tục xây dựng đội ngũ bán hàng tại một văn

phòng khác cách đó 45 phút đi xe. Quản lý một văn phòng và lãnh đạo một nhóm bán hàng thành công không phải là việc dễ dàng. Tháng 11 năm ngoái, khi nhận trách nhiệm lãnh đạo đội ngũ bán hàng, tôi biết rằng mình sẽ cần tạo dựng đối trọng để giúp đội ngũ của tôi phát triển và đạt được các mục tiêu bán hàng, trong lúc vẫn quản lý tốt văn phòng.

Doanh số của chúng tôi không mấy khả quan trong quý đầu tiên – chúng tôi chỉ tuyển thêm một người và trải qua một trong những mùa đông khắc nghiệt nhất trong nhiều năm tại Boston, trong khi những người khác có lẽ đã tăng số nhân viên lên hơn thế rất nhiều.

Với sự quyết tâm và tầm nhìn tốt cũng như những nhân viên bán hàng tài năng, đội ngũ của chúng tôi đã thực hiện được ba thương vụ đầu tiên và cùng thời điểm cuốn sách này phát hành, chúng tôi cũng sẽ có thêm một số bất động sản đưa ra chào bán, và chúng tôi cũng đang tích cực làm việc với bảy người có nhu cầu mua nhà. Tôi chưa từng nghi ngờ về việc đội ngũ của chúng tôi sẽ thành công. Việc kinh doanh chậm khởi sắc chỉ càng làm tăng đam mê và mong muốn đạt được mục tiêu của tôi và thúc đẩy tôi nỗ lực vượt bậc và làm việc tích cực, và cuối cùng tôi đã đạt được thành quả.

Khi đã đặt ra mục tiêu, bạn hãy đưa mục tiêu đó vào Thần chú màu nhiệm. Bạn có thể nói những lời nói tích cực mỗi buổi sáng và thậm chí mỗi tối. Nhưng bạn cũng nhắc đi nhắc lại câu nói màu nhiệm này trong lúc bạn lái xe hay đi tàu đến cơ quan, khi tập thể dục, khi tắm, xếp hàng ở cửa hiệu, lái xe đến gặp khách hàng tiềm năng. Nói cách khác, là ở mọi lúc mọi nơi.

Thần chú mầu nhiệm sẽ củng cố niềm tin cho bạn và nhắc nhở bạn thực hiện thêm một cuộc điện thoại nữa cho khách hàng tiềm năng hay nói chuyện với thêm một khách hàng nữa.

THÊM MỘT KINH NGHIỆM

Hãy nhớ tới điều mà Hal đã học được từ Dan Casetta, bậc thầy đi trước: *Mục đích của việc đề ra mục tiêu không phải là đạt được nó. Mục đích thật sự là phát triển bản thân thành người có thể đạt được mục tiêu đó, dù kết quả ra sao. Bạn trở thành người như thế nào bằng việc làm tất cả những gì có thể, dám nỗ lực đến phút cuối cùng – đó mới là điều quan trọng nhất.*

Bạn cần trở thành người có thể đạt được được mục tiêu mà bạn đã

đề ra. Không phải lúc nào bạn cũng có thể đạt được mục tiêu nhưng bạn có thể trở thành người duy trì được niềm tin tuyệt đối và nỗ lực phi thường, dù kết quả ra sao. Đó là cách trở thành người bạn cần trở thành để liên tục đạt được những mục tiêu vượt trội.

Và dù việc đạt được mục tiêu hầu như không phải là điều quan trọng nhất, nhưng thường thì bạn sẽ đạt mục tiêu đã đề ra. Những vận động viên đỉnh cao có luôn giành chiến thắng không? Không. Nhưng phần lớn thời gian họ giành chiến thắng. Và bạn cũng sẽ giành chiến thắng trong phần lớn thời gian.

Và cuối cùng, bạn có thể thức dậy sớm, thực hành Life S.A.V.E.R.S. một cách đam mê và vui vẻ, làm việc một cách quy củ, tập trung và có mục đích rõ ràng, và làm chủ kỹ năng bán hàng. Nếu không kết hợp niềm tin tuyệt đối với nỗ lực phi thường, bạn sẽ không đạt được thành công như mong muốn.

Công thức diệu kỳ mang lại cho bạn nguồn sức mạnh có thể khiến những người khác bất ngờ, một nguồn sức lực mà tôi có thể gọi là Chúa, Vũ trụ, Định luật hấp dẫn, thậm chí là sự may mắn. Tôi không rõ cơ chế hoạt động của nó thế nào, nhưng tôi biết là sẽ hiệu quả.

Bạn đã đọc đến đây có nghĩa là bạn mong muốn đạt được thành công hơn gần như bất cứ thứ gì. Hãy giữ cam kết với mọi khía cạnh của công việc bán hàng, trong đó có Công thức diệu kỳ. Bạn xứng đáng có được những điều này và tôi muốn bạn sẽ đạt được!

THỰC HIỆN HÀNH ĐỘNG:

1. Viết ra Công thức diệu kỳ và đặt nó ở chỗ mà bạn có thể nhìn thấy hằng ngày. **Niềm tin tuyệt đối + Nỗ lực phi thường = Những điều kỳ diệu (UF + EE = M∞)**

2. Mục tiêu số một của bạn trong năm nay là gì? Mục tiêu nào mà nếu đạt được sẽ nâng thành công của bạn lên một nấc thang mới?

3. Viết ra Thần chú diệu kỳ của bạn: *Tôi sẽ... (điền vào đây mục tiêu của bạn và hành động mà bạn sẽ thực hiện hằng ngày),* dù thế nào cũng phải hoàn thành, vì không còn lựa chọn nào khác. Điều quan trọng ở đây là bạn sẽ trở thành người như thế nào trong quá trình này. Bạn sẽ trở nên tự tin hơn, và dù kết quả như thế nào, lần tới khi bạn cố gắng đạt một mục tiêu mới, và trong những lần sau đó nữa, bạn sẽ trở thành người luôn có nỗ lực phi thường.

LỜI KẾT

Chúc mừng bạn! Bạn đã làm được điều mà rất ít người làm được: đọc hết một cuốn sách. Việc bạn đã đọc đến đây nói lên rằng: bạn mong muốn đạt được nhiều hơn. Bạn muốn trở nên tốt hơn, làm được nhiều việc hơn, đóng góp nhiều hơn và kiếm được nhiều tiền hơn. Ngay bây giờ, bạn đã có cơ hội chưa từng đó để đưa Life S.A.V.E.R.S. vào cuộc sống và công việc kinh doanh của mình, nâng cao chất lượng những việc bạn làm hằng ngày và cuối cùng là đưa cuộc sống của bạn lên một nấc thang mới mà trước đây bạn chưa từng nghĩ tới. Và những thói quen tích cực mới đó sẽ mang lại những lợi ích to lớn cho bạn.

Năm năm tới đây, bạn sẽ thấy cuộc sống, công việc, các mối quan hệ và thu nhập của bạn là kết quả trực tiếp của con người mới của bạn. Chính bạn quyết định việc dậy sớm mỗi ngày và dành thời gian để trở thành con người tốt nhất mà bạn có thể. Hãy nắm lấy thời cơ này, nghĩ xem bạn muốn có một tương lai như thế nào và sử dụng những gì bạn đã học được từ cuốn sách này để biến mong ước của bạn trở thành hiện thực.

Hãy hình dung trong ít năm tới khi bạn tình cờ xem lại những phần ghi chép sau khi đọc cuốn sách này. Trong đó, bạn ghi lại những mục tiêu cho chính mình, những mơ ước mà lúc này bạn chưa dám nói cho người khác. Và khi nhìn lại, bạn thấy rằng những ước mơ đã trở thành hiện thực.

Ngay bây giờ, bạn đang đứng ở chân ngọn núi mà bạn có thể dễ dàng vượt qua. Tất cả những gì bạn cần làm mỗi ngày là thức dậy sớm để thực hành *Buổi sáng diệu kỳ* và sử dụng Life S.A.V.E.R.S. hằng ngày, hằng tháng, hằng năm, trong suốt quá trình bạn đưa bản thân, doanh số và thành công của bạn lên những nấc thang mà trước đó bạn chưa từng trải nghiệm.

Kết hợp *Buổi sáng diệu kỳ* với cam kết làm chủ các kỹ năng tăng doanh số và sử dụng Life S.A.V.E.R.S. để tạo nên những kết quả mà hầu hết mọi người chỉ dám mơ đến.

Cuốn sách này giới thiệu những điều hữu ích cho các bạn, nhằm giúp đưa cuộc sống của bạn lên một nấc thang mới, nhanh hơn những gì bạn tin rằng có thể làm được. Những người bán hàng kỳ diệu không phải sinh ra đã vậy, mà họ đã nỗ lực phát triển bản thân và kỹ năng để đạt được tất cả những gì họ mong muốn. Tôi đảm bảo rằng bạn cũng sẽ trở thành một người trong số đó.

HÀNH ĐỘNG: THỬ THÁCH BUỔI SÁNG DIỆU KỲ TRONG 30 NGÀY

Bây giờ là lúc bạn tham gia cùng hàng chục ngàn người, những người đã biến đổi cuộc sống, thu nhập và sự nghiệp bán hàng của họ cùng với *Buổi sáng diệu kỳ*. Hãy gia nhập cộng đồng trực tuyến tại TMMBook.com và tải hướng dẫn để bắt đầu ngay hôm nay.

Cuộc phỏng vấn với người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu

— ANDREA WALTZ

Đồng sở hữu Công ty Courage Crafters

Ai có thể phù hợp để nói về niềm tin tuyệt đối và nỗ lực phi thường hơn đồng tác giả của một trong những cuốn sách về bán hàng bán chạy nhất mọi thời đại, *Go For No!* (tạm dịch: *Gia tăng tỷ lệ thất bại để dẫn tới thành công sau cùng*)?

Andrea đã làm việc trong ngành bán lẻ 10 năm trước khi cô cùng chồng, Richard, bắt đầu công việc diễn thuyết và thành lập công ty đào tạo bán hàng. Nay với hơn 20 năm trong nghề, Andrea chia sẻ những triết lý của riêng mình đã giúp cô cùng chồng đạt được thành công trong kinh doanh như thế nào.

"Chúng tôi có cách nghĩ thế này: Mất bao nhiêu thời gian cũng được. Chúng tôi từng có lúc đặt mục tiêu đến thời hạn là ngày XYZ phải bán được 1 triệu bản *Go For No!* Và khi tới thời hạn đó mà chúng tôi chưa đạt được mục tiêu, chúng tôi nhận ra rằng mục tiêu 1 triệu bản mới là điều quan trọng. Vì thế hiện nay chúng tôi có cách nghĩ rằng mất bao lâu cũng được. Chúng tôi rồi sẽ đạt được mục tiêu. Nói vậy không có nghĩa là bạn không nên đặt mục tiêu theo thời gian, vì nếu không thì bạn sẽ chẳng bao giờ hoàn thành được việc gì. Nhưng với chúng tôi và với cách nghĩ của mình, chúng tôi biết là sẽ đạt được mục tiêu dù mất bao nhiêu thời gian đi nữa. Vì thế, lời khuyên thứ nhất của tôi là tập trung vào mục tiêu cuối cùng, vào đam mê của mình và hiểu rằng có thể sẽ mất nhiều thời gian hơn bạn mong muốn. Hãy chấp nhận lối suy nghĩ rằng có thể sẽ mất bao lâu cũng được nếu bạn thực sự muốn đạt được điều đó.

Tôi tin rằng thành công phụ thuộc rất nhiều vào việc bạn định

nghĩa thế nào là thành công. Tôi có thể nói rằng kẻ thù của thành công chính là nỗi sợ thất bại. Một trong những điều tôi đã học được từ công việc kinh doanh trong 15 năm qua là để biết được cách làm nào hiệu quả và mang lại thành công, bạn phải thử qua nhiều cách làm, trong đó nhiều khi sẽ thất bại. Học hỏi, điều chỉnh và thử làm lại ngay khi bạn có thể.

Hãy suy ngẫm và tạo ra một khái niệm tích cực về thất bại. Biến thất bại thành một phần của những gì bạn làm hàng tuần. Khi bạn bắt đầu coi thất bại, như bị khách hàng từ chối hay một dự án không thành công, là một phần của quá trình, thế giới của bạn sẽ thay đổi. Thực tế bạn sẽ trở nên tự tin hơn bởi vì bạn sẽ không còn dùng kết quả để đánh giá bản thân nữa. Bạn bắt đầu đánh giá bản thân bằng việc quyết tâm đến đâu, bạn đã thử bao nhiêu lần và đã thất bại ở mức độ nào. Và khi bạn làm được điều đó, thành công sẽ tìm đến với bạn."

Câu chuyện về công thức diệu kỳ thành công

— ROBERT ARAUCO

Giám đốc Marketing, Exuro Marketing Concepts

Ở tuổi 19, tôi là đại diện bán hàng mới cho Vector Marketing và đã thuê Hal Elrod làm nhà tư vấn. Anh là một trong những người bán hàng thành công nhất trong lịch sử công ty tôi và tôi nóng lòng muốn đạt thành công trong công việc. Mục tiêu đầu tiên của tôi là làm được điều mà rất ít đại diện bán hàng đã làm được – t*ăng hơn gấp đôi* doanh số, tức là bán được sản phẩm trị giá trên 20.000 đô-la trong hai tuần diễn ra cuộc thi về doanh số.

Tôi khá bất ngờ khi Hal không hề dạy tôi những kỹ thuật cao cấp trong chốt hợp đồng hay cách theo đuổi những khách hàng lớn, mà thay vào đó ông chia sẻ với tôi điều mà anh gọi là *Công thức kỳ diệu* và kể với tôi về hiệu quả của nó đối với công việc của anh. Chiến lược này có vẻ khá bí hiểm đối với tôi. Nhưng Hal là người đặc biệt. Anh đã thành công trong rất nhiều chiến dịch tăng doanh số trị giá 20.000 đô-la, vì vậy, tôi đã cam kết thực hiện duy trì **Niềm tin tuyệt đối** và **Nỗ lực phi thường** mỗi ngày, *cho đến giây phút cuối cùng*.

Trong tuần đầu, tôi bán được hơn 10.000 đô-la và đang trên đà đạt được mục tiêu! Sau đó tôi đã hỏi Hal một cách đầy tham vọng, "Công thức diệu kỳ đã giúp anh và những đại lý bán hàng khác mà anh tư vấn đạt được mục tiêu doanh số 20.000 đô-la trong vòng hai tuần, theo anh, liệu tôi có thể nâng lên thành 30.000 đô-la trong hai tuần không?"

"Robert, thành tích cao nhất của tôi trong một chiến dịch là 27.000 đô-la, nhưng tôi cho rằng không có giới hạn nào đối với kỳ tích mà anh có thể tạo ra! Thêm vào đó, mục tiêu của anh là trở

thành người anh cần trở thành để đạt được các mục tiêu đó, vậy nên tại sao không phát triển bản thân trở thành người có thể đạt doanh số 30.000 đô-la trong hai tuần!"

Và tôi đã theo đuổi mục tiêu đó. Mỗi ngày tôi đều duy trì **Niềm tin tuyệt đối** và **Nỗ lực phi thường**, dù chuyện gì xảy ra. Cũng có những ngày công việc không suôn sẻ nhưng tôi vẫn giữ vững cam kết. Khi hoàn thành cuộc hẹn cuối cùng của mình, tôi đã đạt được doanh số 25.000 đô-la, còn thiếu 5.000 đô-la so với mục tiêu. Tôi gọi cho Hal.

"Tôi không đặt được thêm cuộc hẹn nào nữa, nhưng tôi còn một giờ đi xe buýt tới hội nghị. Theo anh, tôi nên làm gì bây giờ?"

"Robert, anh đã thấy điều gì xảy ra khi anh duy trì **Niềm tin tuyệt đối** và **Nỗ lực phi thường**, nhưng vẫn còn một điều nữa, đó là *đến giây phút cuối cùng*. Nếu tôi là anh, trong thời gian đi xe buýt vào ngày mai, tôi sẽ gọi cho từng người mà anh đã hẹn gặp, cả những người đã mua hàng và những người không mua. Cảm ơn họ một cách chân thành vì đã dành thời gian và ủng hộ, cho họ biết là anh đã đến rất gần mục tiêu và anh sẽ giảm giá 50% nếu họ mua thêm thứ gì đó – đợt giảm giá này chỉ có một lần. Hãy nhớ nhấn mạnh rằng anh trân trọng thời gian họ đã dành cho anh cũng như đơn đặt hàng của họ, và anh không mong đợi là họ sẽ mua thêm thứ gì, nhưng vì trước đây chưa từng có đợt giảm giá 50% nên anh muốn báo cho họ biết."

Dù tôi chưa từng áp dụng chiến thuật này, nhưng tôi đã cam kết sử dụng. Sau khi kết thúc cuộc điện thoại với Hal, tôi bắt đầu gọi cho 51 khách hàng tiềm năng và khách hàng mà tôi đã hẹn gặp trong hai tuần trước đó. Họ không chỉ vui vẻ tiếp chuyện tôi, mà bốn người trong số họ đã đặt mua hàng với tổng trị giá 5.100 đô-la. Tôi lập tức gọi lại cho Hal…

"Công thức diệu kỳ thật hiệu quả! Tôi đã đạt doanh số 30.000 đô-la trong cuộc thi tăng doanh số!"

Từ đó tôi áp dụng Công thức diệu kỳ cho các mục tiêu cá nhân cũng như công việc và luôn đạt những kết quả tuyệt vời và diệu kỳ.

Lời cảm ơn xin gửi tới những người bán hàng thuộc nhóm 1% dẫn đầu đã tham gia phỏng vấn

Adrian Ivasic – Giám đốc khu vực/Quản lý của Belle Meade Living, N2 Publishing

Andrea Waltz – Đồng sáng lập Công ty Courage Crafters, đồng thời là tác giả sách bán chạy nhất *Go For No!* (tạm dịch: *Gia tăng tỷ lệ thất bại để dẫn tới thành công sau cùng)*

Bob Urichuck – Tổng Giám đốc Công ty Đào tạo Velocity Sales, đồng thời là tác giả cuốn *Velocity Selling* (tạm dịch: *Nghệ thuật bán hàng siêu tốc)*

Corey Ackerman – Đại cổ đông, Công ty Cornerstone Search

Henry Evans – Chủ tịch Điều hành Công ty Time Zone Marketing, đồng thời là tác giả cuốn *The Hour A Day Entrepreneur* (tạm dịch: *Làm sao để tăng hiệu quả kinh doanh)*

Jerry Micozzi – Trưởng phòng Kinh doanh thiết bị y tế, Công ty Dược Cubist

Jessica Halvorson – Nhà tư vấn, Clever Container

Jim Bellacera – Nhà sáng lập, Công ty Successful Thinkers Network

Jim Kelley – Nhà môi giới tài sản thế chấp, Ngân hàng Mountain One

John Ruhlin – Tổng Giám đốc, Tập đoàn Ruhlin

Josh Mueller – Chuyên viên bán hàng được vinh danh về thành tích nổi bật, Cutco Cutlery

Matt Gagalis – Phó Chủ tịch Điều hành phụ trách phát triển kinh doanh, RxAnte

Mariana Pryhuber – Tư vấn bán hàng, Paperly

Michael J. Maher – Công ty Tư vấn Bất động sản toàn cầu REFERCO, đồng thời là tác giả cuốn *7L: The Seven Levels of Communication* (tạm dịch: *7 cấp độ của giao tiếp)*

Mike Huboky – Giám đốc Marketing, N2 Publishing

Mitchell Ackerman – Giám đốc Bán hàng toàn quốc, Canon Business Process Services

Pat Petrini – Chủ sở hữu P&E Properties kiêm nhà phân phối hàng đầu của Modére

Rob Plannette – Giám đốc Chi nhánh, Bath Fitter

Ruth Sinawi – Nhân viên kinh doanh tiêu biểu, Nội thất Art Van

Stacey Alcorn – Chủ sở hữu RE/MAX Prestige, All American Title, P3 Coaching, và MyLittleBlackBox.com; đồng thời là tác giả cuốn *REACH!* (tạm dịch: *Vươn tới)*

Tom Cain – Nhà môi giới bất động sản, RE/MAX CHOICE

Vài nét về các tác giả

HAL ELROD là tác giả có sách bán chạy số 1 của "một trong những cuốn sách giúp thay đổi cuộc sống nhiều nhất" (với hơn 800 lượt chấm điểm năm sao trên Amazon), The Miracle Morning: The Not-So-Obvious Secret Guaranteed To Transform Your Life... (Before 8AM) *(Buổi sáng diệu kỳ: Những chiến lược giúp bạn tràn đầy năng lượng sức khỏe và sự hứng khởi để bắt đầu ngày mới hiệu quả*[12]*)*

Hal suýt chết lúc 20 tuổi. Bị một chiếc xe do tài xế say rượu lái với tốc độ 110 km/giờ tông trực diện, anh bị gãy 11 chiếc xương và chết lâm sàng trong sáu phút, trải qua sáu ngày hôn mê, rồi được bác sĩ thông báo rằng anh sẽ không thể đi lại được nữa. Hal đã nỗ lực chống lại kết luận của bác sĩ, những cám dỗ của việc đóng vai nạn nhân, và đã không chỉ đi lại được, mà còn tham gia chạy marathon chặng 83km, trở thành một doanh nhân được vinh danh, một diễn giả tầm cỡ quốc tế, chủ chương trình nói chuyện thành công trên iTunes có tên gọi Achieve Your Goals with Hal Elrod (tạm dịch: *Vươn tới mục tiêu cùng Hal Elrod*), và quan trọng hơn cả, anh cảm thấy biết ơn là đã còn sống và sống cuộc đời anh hằng mong ước với vợ, Ursula, cùng hai người con là Sophie và Halsten, tại Nam California. **Để tìm hiểu thêm thông tin về các chương trình nói chuyện, sách và hoạt động tư vấn của Hal, vui lòng truy cập HalElrod.com**.

RYAN SNOW là nhà quản lý đội ngũ bán hàng, nhà tư vấn kinh doanh và một nhà giáo dục. Với kinh nghiệm 15 năm trong ngành bán hàng, đào tạo và tư vấn kinh doanh, ông hỗ trợ nhiều người đạt được kết quả vượt trội trong cuộc sống cũng như trong công việc bán hàng thông qua phát triển bản thân và phát triển nghề nghiệp. Là một người thực hành *Buổi sáng diệu kỳ*lâu năm và từ những ngày đầu, Ryan tin tưởng vào việc dành vài giờ đầu ngày cho phát triển bản thân và phát triển nghề nghiệp. Ryan đã đào tạo hàng trăm nhân viên kinh doanh và nói chuyện với hàng ngàn

người về kỹ năng và cách làm để phát triển kinh doanh. Hiện nay, ông là Trưởng nhóm Tư vấn kinh doanh tại Công ty Bất động sản Keller Williams, ở vùng ngoại ô Boston, và quản lý đội ngũ bán hàng của riêng ông tại một văn phòng khác. **Nếu muốn nói chuyện với Ryan về bán hàng và tư vấn về trách nhiệm giải trình, bạn có thể liên hệ với ông trên Twitter tại @Ryan_Snow_RE hoặc email theo địa chỉ ryansnowcoaching@gmail.com.**

HONORÉE CORDER là tác giả có sách bán chạy nhất, từng xuất bản hơn 10 cuốn sách, trong đó có cuốn sách nổi tiếng Vision to Reality: How Short Term Massive Action Equals Long Term Maximum Results (tạm dịch: *Hành động tích cực hôm nay mang lại kết quả vượt trội ngày mai*). Sách của Honorée đã nhanh chóng trở thành cuốn sách cần đọc đối với những người kinh doanh mong muốn đạt được nấc thang mới trong sự nghiệp.

Trong 15 năm, cô đã làm nhà cố vấn, người chia sẻ kinh nghiệm và chuyên gia tư vấn chiến lược cho các nhà chuyên môn và doanh nhân. Cô truyền cảm hứng để họ gạt bỏ những niềm tin gây cản trở sự phát triển bản thân, có những mơ ước lớn lao và theo đuổi những gì họ thực sự mong muốn. Cô truyền cảm hứng và khuyến khích họ biến tầm nhìn và ước mơ thành hiện thực và chia sẻ quá trình cô đã sáng tạo dành cho những khách hàng mà bà tư vấn. Triết lý hướng tới kết quả và chương trình Tư vấn 100 ngày STMA của Honorée đã được nhiều người trong nhiều ngành nghề đón nhận và nhận được đánh giá đặc biệt tích cực. **Bạn có thể tìm hiểu thêm về cô tại HonoreeCorder.com.**

Chú thích

1. Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và phát hành năm 2010. (BTV)

2. NLP là viết tắt của Neuro-Linguistic Programming (Lập trình ngôn ngữ tư duy). Nó chứa đựng ba thành tố có ảnh hưởng lớn nhất đến sự thành công của mỗi chúng ta: thần kinh học, ngôn ngữ học và các mô thức được lập trình sẵn. (BTV)

3. Podcast hoặc nói chung là netcast, là các tập tin âm thanh hoặc video mà người dùng có thể tải về và nghe. Thường thì các podcast được phân phối theo dạng đăng ký, để các tập mới được tự động tải xuống thông qua web tới máy tính, ứng dụng di động hoặc máy phát phương tiện di động của người dùng. (BTV)

4. ADHD là chữ viết tắt của Attention deficit/hyperactive disorder, bệnh thiếu chú ý và quá hiếu động. (BTV)

5. Bán hàng siêu tốc: Phương thức bán hàng mới, trong đó những người giới thiệu phương thức này cho rằng người bán cần thu hút và trao quyền cho người mua. (DG)

6. Câu nói tích cực (Affirmation): Thuật ngữ trong phong trào New Thought và New Age đề cập tới việc thực hành tư duy tích cực và tự trao quyền, trong đó người thực hành tin rằng tư duy tích cực bằng những lời nói tích cực sẽ giúp họ đạt được thành công. (DG)

7. Thiền siêu việt (Transcendental Meditation) là kỹ thuật thiền dùng mantra (thần chú) luyện trí não làm tâm trí lắng đọng tới tầng sâu nhất, sâu hơn tiềm thức, nơi nguồn gốc sinh ra cả tiềm thức của con người nhằm phát huy toàn bộ tiềm năng của não. Bên cạnh đó, vì bộ não và cơ thể có mối liên hệ mật thiết với nhau nên trong quá trình tâm trí tĩnh lặng và lắng xuống tầng sâu hơn và khi đạt đến trạng thái tĩnh lặng nhất thì cơ thể đạt tới trạng thái nghỉ ngơi sâu. Theo các chứng minh y học thì khi cơ thể đạt tới trạng thái nghỉ ngơi sâu, hệ thần kinh tự động xua đi những

yếu tố bên ngoài xâm nhập vào cơ thể mà không phù hợp cho cơ thể, cho dù chúng đã tích tụ lâu và sâu trong cơ thể, do vậy, hệ thần kinh được trong sạch, cơ thể được khỏe mạnh. (BTV)

8. Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và phát hành năm 2012. (BTV)

9. Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và phát hành năm 2013. (BTV)

10. Mã số bưu tín "90210" của thành phố giàu có bậc nhất nước Mỹ, thành phố Beverly Hills. (BTV)

11. Yogi: là từ chỉ người luyện tập môn yoga. (BTV)

12. Cuốn sách đã được Alpha Books mua bản quyền và phát hành năm 2017. (BTV)